
Tekijä Helinä Kuusela

Työn nimi Hyvä, paha selfie - Mobiilikuvan ilmentymiä nuorten ja median näkökulmista

Laitos Median laitos

Koulutusohjelma Valokuvataiteen koulutusohjelma

Vuosi 2018

Sivumäärä 112

Kieli Suomi

Tiivistelmä

Tutkin mobiilikuvausta empiirisesti ja aineistolähtöisesti kahden erilaisen aineiston avulla. Analysoin Helsingin Sanomien ja Ylen uutisointia selfiestä ajalta 2015-2018. Halusin selvittää onko selfiein liittyvä uutisointi mielikuvieni mukaisesti pääsääntöisesti negatiivista. Tutkimuskysymykseni on miten ja missä asiayhteyksissä selfiestä kirjoitetaan mediassa. Tein uutisaineistosta sekä määrällisen että laadullisen analyysin. Määrällisessä analyysissä päämuuttujana oli selfie-sanan käytön neutraalit, negatiiviset tai positiiviset käyttötarkoitukset. Laadullisessa analyysissä keskityttiin aineistosta erityisen keskeisesti esiin nouseviin seikkoihin, joita eritellään jäljempänä.

Edellä kuvatun aineiston lisäksi haastattelin yhdeksää vuosina 2002-2003 syntynyttä nuorta. Haastattelumetodinani toimi puolistukturoitu haastattelu. Haastatellut nuoret edustavat sukupolvea, joka ei ole kokenut aikaa ennen internetiä ja mobiililaitteita. Halusin selvittää minkälaisia ovat nuorten kuvausintentiont ja mitä he ajattelevat kuvien jakamisesta sosiaalisessa mediassa. Yhdistin kaksi aineistoani ja pohdin, minkälainen kuva mobiilikuvauksesta aineistojeni kautta syntyy.

Helsingin Sanominen ja Ylen uutisaineistossa selfie esiintyi neutraalisti keskimäärin 65 prosentissa uutisista. Negatiivisia uutisia oli noin 26 prosenttia ja positiivisia noin 8 prosenttia. Suuri osa aineistosta on mainintoja, joissa selfie ei ole artikkelin aiheena, vaan sanan käytöllä kuvaillaan hetken merkittävyyttä ja sillä ilmaistaan ajankohtaisuutta. Eniten selfie-sana ilmeni julkisuuden ja fanikulttuurin yhteydessä.

Positiivisissa uutisissa selfie mainitaan mukavana asiana arjessa ja juhlassa, jonka avulla voi tallentaa ja jakaa merkittävän hetken ja mahdollisesti nostaa itsetuntoa. Selfie voi olla kunnianosoitus pitkästä urasta, merkki menestyksestä ja vallasta. Negatiivisissa uutisissa selfie symboloi itsekeskeisyyttä ja ulkonäön liiallista korostamista, kulutusyhteiskunnan varjopuolia, liiallista suorituskeskeisyyttä ja negatiivisia asenteita sosiaalista mediaa kohtaan. Selfiekulttuuri mainitaan, kun kaivataan epämääräiseen menneeseen aikaan, jolloin asiat olivat paremmin. Selfien ottaminen on uutisoinnin perusteella epäsoviva käytöstä esimerkiksi hautajaisissa ja onnettomuustilanteissa. Mobiilikuvaajat eivät osaa käyttäytyä ammattikuvajien tavoin ja tästä seuraa moraalista paheksuntaa uutisoinnissa.

Uutisoinnissa oletettiin nuorten kuvaavan sosiaalista mediaa varten, mutta haastatteluaineiston mukaan asia on päinvastoin. Nuorten kuvausintention oli saada muisto kuvauskohteesta, kuvan jakaminen oli toissijaista. Nuoret kertoivat kuvaavansa mieluiten luontoa, merkittäviä tapahtumia ja matkoja. Mobiilikuvauksen jatkaa albumikuvan traditioita merkittävän hetken tallentajana. Itsensä liiallinen korostaminen ja esittäminen koettiin negatiivisena ja poseeraamisen maneerien ei koettu vastaavan todellisuutta. Uutisoinnissa digitaalisen sisällön kopioimisen mahdollisuus ja tulkin hallitsemattomuus näyttäytyivät uhkakuvina. Suurin osa nuorista pohti yksityisyyden ja julkisuuden suhdetta tarkasti suhteessa jakamiinsa kuvasisältöihin. Jaettujen kuvien pääasiallinen kohderyhmä oli nuorten lähipiiri, eikä sosiaalisen median tarjoamaa palautetta koettu tärkeäksi. Molemmista aineistoista mobiilikuvulta haluttiin sekä aitoutta että totuudenmukaisuutta.

Avainsanat mobiilikuvauksen, selfie, media, nuoret, sosiaalinen media, media-analyysi, haastattelu

Author Helinä Kuusela

Title of thesis The Good, Bad Selfie – A Study on Mobile Photography

Department Media

Degree programme Photography

Year 2018

Number of pages 112

Language Finnish

Abstract

In *The Good, Bad Selfie – A Study on Mobile Photography* I studied mobile photography using two different sets of data. First, I analysed how the word selfie is used in Helsingin Sanomat and Yle news during 2015-2018 and wanted to find out if the attitudes were in fact as negative as I imagined. My research question is how and in what context the word selfie is used in the news. The material is analysed using both quantitative and qualitative methods.

Secondly, I interviewed nine young persons born in 2002-2003 using a thematic interview method. The youth has not experienced time before internet and mobile technology. I wanted to find out what were their intentions for taking photographs and what kind of attitudes they have towards photo sharing in social media. Finally, I combined these two sets of data and reflected on mobile photography through them.

In the news material I mostly decoded selfie as neutral in terms of attitude. 65 % of the news was neutral, 26 % negative and 8 % positive. Most of the articles were not about selfie or social media, but the word was mentioned in some other context. These mentions were to prove the moment was picture-worthy for the interviewee or to state the article is topical. The most common topics to mention the word selfie were articles where selfie was related to celebrity or fan culture, and the second largest category was tourism.

In the positive articles selfie was mentioned as a nice activity to mark a special occasion in the everyday or a tool to boost self-confidence. Selfie also symbolised homage, power and success. The negative articles viewed selfie as a symbol of self-centred, superficial consumer society. “Selfie culture” was as a symbol of everything that is wrong in the society and oftentimes the articles longed back to a mythical better past. Taking a selfie is socially frowned upon in funerals or while witnessing accidents. The mobile photographers are unaware of codes of conduct in the professional field, and therefore were reprehended in the news.

In the news material it was often assumed that young people merely take photographs to post on social media, but in my interviews I found out the case was the opposite. The intention of my young interviewees was first and foremost to take a picture for themselves and to document an important moment. Sharing photographs in social media was a secondary action and two of the interviewees stated they dislike sharing altogether. The most used apps for sharing were Instagram and Snapchat and the most popular topics were nature, important events and travel photography. Mobile photography is a continuation of the snapshot and family photography traditions when used as means to capture an important moment. Excessive self-centrism and idealization in the social media were frowned upon. If the social media presence was too different from the everyday experience of a certain person, it was viewed as negative behaviour. Unlimited copying of the digital file and the uncontrollable context of the shared images were seen as a threat in the news. The interviewees however were mostly quite aware of the possible publicity or privacy of their shared images. The target group for the photographs was their friends and they did not care much about the social media feedback on their images. In both sets of data, the mobile photo was desired to be authentic and truthful.

Keywords mobile photography, selfie, media, youth, social media, media analysis, interview

Hyvä, paha selfie

MOBIILIKUVAN ILMENTYMIÄ NUORTEN JA MEDIAN NÄKÖKULMISTA

"Alunperin käsikamera tunnettiin sietämättömällä nimellä 'yksityisetsivä'. Nimi viittasi siihen suuntaan, että omistaja on hiiviskelevä luihu, ja sillä on hyvin paha maine kaikkien kolmijalan mestareiden keskuudessa. He pitivät uutta pientä kojetta - sinänsä viatonta mutta ymmärtämättömien käsissä hirvittävää - ainoastaan leluna, hyvänä välineenä maailmanmatkaajalle, jotka halusivat tallentaa valokuvamuistiinpanoja matkansa varrelta, mutta ei millään tavoin soveliaana sellaiselle, jonka tavoitteena on tehdä työtä vakavasti" Alfred Stieglitz, 1897.

Onko nykyajan hiiviskelevä luihu selfien sosiaaliseen mediaan jakava nuori? Mediassa selfie liitetään usein kulttuurin pinnallistumiseen ja narsismiin. Mobiilikuvauksen aikakaudella joka paikassa läsnä oleva kamera on entistä helpompi kääntää myös itseän, eikä valokuvaamiseen enää tarvita teknisiä erityistaitoja. Kaikkialla läsnä oleva kamera ja kuvien julkaisemisen vaivattomuus muovaavat asenteitamme valokuvaa kohtaan.

Hyvä, paha selfie - Mobiilikuvan ilmentymiä nuorten ja median näkökulmista on empiirinen tutkimus mobiilikuvauksesta. Aineistonani ovat Helsingin Sanomien ja Ylen uutisointi selfiestä ja nuorten haastattelut. Haastatellut nuoret edustavat sukupolvea, joka ei ole kokenut aikaa ennen internetiä ja mobiililaitteita. Miten ja missä asiayhteyksissä selfiestä kirjoitetaan mediassa? Mitä nuoret itse ajattelevat kuvaamisesta ja kuvien jakamisesta sosiaalisessa mediassa?

Millainen on aineistojen kautta näyttäytyvä mobiilikuvan aikakausi? Kuvamassat kasvavat ja valokuvien perinteinen asema muistojen tallentajana saa rinnalleen uusia hetkellisiä kuvankäyttötapoja. Julkisen ja yksityisen ero ja sosiaalisesti hyväksytyjen kuvauskäytäntöjen rajat ovat tarkastelun ja uudelleenmäärittelyn kohteena mobiilikuvan valtakaudella.

HELINÄ KUUSELA
TAITEEN MAISTERIN OPINNÄYTE, KEVÄT 2018
AALTO- YLIOPISTON TAITEIDEN JA SUUNNITTELUN KORKEAKOULU
MEDIAN LAITOS, VALOKUVATAITEEN KOULUTUSOHJELMA

Haluan kiittää ohjaajaani Maija Töyryä, joka antoi muun muassa tämän arvokkaan neuvon: peruna kerrallaan. Haastatteluiden järjestämisessä auttoivat Anni Halonen ja Johanna Kuronen ja keitoksen reseptiä viilasivat kanssani Hanna Weselius ja Merja Salo. Ulkokuoren suunnitteli Oona Raadelma. Kiitos.

SISÄLLYSLUETTELO

JOHDANTO /6

TUTKIMUKSEN TAUSTA /12

- MOBIILIKUVA JA SELFIE / 13
- PROFIILITYÖ JA ITSENSÄ ESITTÄMINEN SOSIAALISESSA MEDIASSA / 14
- KUVAUSINTENTIO / 14
- KUVASEURALLISUUS / 15
- VALOKUVAN DIGITALISOITUMISEN HISTORIAA:
 - 1990- LUKU JA VALOKUVAN KUOLEMA / 16
- VALOKUVAN DIGITALISOITUMISEN HISTORIAA:
 - MOBIILITEKNOLOGIAN ESIINMARSSI / 18
 - SOSIAALINEN MEDIA JA SUOSITUIMMAT SOVELLUKSET / 19
 - INSTAGRAM / 20
 - INSTAGRAM ESIMERKKINÄ NOPEASTI MUUTTUVASTA SOVELLUSYMPÄRISTÖSTÄ / 22
 - SNAPCHAT / 25

SELFIE MEDIASSA – TARKASTELUSSA HELSINGIN SANOMINEN JA YLEN UUTISOINTI /27

- MIKSI TUTKIA UUTISOINTIA? / 27
- METODI / 28
- AINEISTON RAJAUS / 29
- AINEISTON ESITTELY / 29
- MEDIA-AINEISTON ANALYYSI / 32
 - VALOKUVA VAI SELFIE / 33
 - SELFIEN TODISTUSVOIMA / 34
 - MERKITTÄVÄ HETKI / 35
 - SELFIE MERKKINÄ AJANKOHTAISUUDESTA / 38
 - NIMIKIRJOITUKSEN KUOLEMA – JULKISUUS JA FANIKULTTUURI / 38
 - TURISMI – ”SITTEN VAIN SELFIEKEPPI OJOON JA HYMYÄ!” / 40
 - TURISTILAUMOISTA MATKAILUN EDISTÄMISEEN / 42
 - TÖRTTÖILY JA TAPATURMAT / 43
 - SELFIE TAPPAA! / 45
 - VÄÄRÄT KUVAUSTILANTEET – SELFIE JA SOSIAALISESTI HYVÄKSYTYN KÄYTÖKSEN RAJAT / 46
 - ”MILLAINEN OHIKULKIJA OTTAA SELFIETÄ RUUMIIN KANSSA?” – TURUN PUUKOTUSTEN TAPAUS /48
 - SELFIEN HYVÄT PUOLET JA VASTAKULTTUURIN MAHDOLLISUUS / 50
 - SELFIE-AIHEISET TUTKIMUKSET UUTISISSA / 53
 - ”TUTKIJA SELITTÄÄ” – ASiantuntijat äänessä / 56
 - SELFIEKULTTUURI / 66
- MEDIA-AINEISTON TULOSTEN YHTEENVETO / 56

NUORTEN HAASTATTELUT / 71

ENSIMMÄINEN KIERROS – ESIHAASTATTELUT / 71

HAASTATELUMETODI JA IKÄRYHMÄN RAJAAMINEN / 71
LASTEN JA NUORTEN HAASTATTELUN ERITYISPIIRTEITÄ / 72
OMA TUTKIMUSPOSITIO JA ENNAKKO-OLETUKSET / 73
ESIHAASTATTELUIDEN TOTEUTUS / 73
ESIHAASTATTELUAINEISTON ESITTELY / 76

TOINEN HAASTATTELUKIERROS / 83

ESIHAASTATTELUISTA OPITTUA – MUUTOKSET HAASTATTELUMETODIIN / 83
HAASTATELUIDEN TOTEUTUS / 84
HAASTATELUAINEISTON ESITTELY / 86

HAASTATELUAINEISTON TULOKSET / 93

TULOKSET JA POHDINTAA / 98

NUORTEN KUVAUSINTENTIT JA UUTISOINTI / 97
PALAUTE JA SOSIAALINEN PAINE / 99
KUVAN HALUTAAN OLEVAN TOTTA / 99
UHKAKUVANA KUVAN LEVIÄMINEN JA TULKINTA / 100
VALOKUVAUKSEN TRADITIOIT JA SOSIAALISESTI HYVÄKSYTTÄVÄ KÄYTÖS / 101
POSEERAAMINEN SELFIEN ERITYISPIIRTEENÄ / 102
SELFIE ON ENIMMÄKSEEN HARMITON / 103

KRITIIKKI & JATKOTUTKIMUS / 104

JOHDANTO

■ ”Alunperin käsikamera tunnettiin sietämättömällä nimellä ’yksityisetsivä’. Nimi viittasi siihen suuntaan, että omistaja on hiiviskelevä luihu, ja sillä on hyvin paha maine kaikkien kolmijalan mestareiden keskuudessa. He pitivät uutta pientä kojetta - sinänsä viatonta mutta ymmärtämättömien käsissä hirtittävää - ainoastaan leluna, hyvänä välineenä maailmanmatkaajalle, jotka halusivat tallentaa valokuvamuistiinpanoja matkansa varrelta, mutta ei millään tavoin soveliaana sellaiselle, jonka tavoitteena on tehdä työtä vakavasti” Alfred Stieglitz, 1897. (Lintunen, 1984, 49-50.)

Onko nykyajan hiiviskelevä luihu selfien sosiaaliseen mediaan jakava nuori? Mediassa selfie liitetään usein kulttuurin pinnallistumiseen ja narsismiin. Mobiilikuvauksen aikakaudella joka paikassa läsnä oleva kamera on entistä helpompi kääntää myös itseä, eikä valokuvaamiseen enää tarvita teknisiä erityistaitoja.

Kaikkiällä läsnä oleva kamera ja kuvien julkaisemisen vaivattomuus muovaavat asenteitamme valokuvaa kohtaan. Valokuva saa uusia, jatkuvasti muutoksessa olevia muotoja. Kuvamassat kasvavat ja kuvien perinteinen asema muistojen tallentajana saa rinnalleen uusia hetkellisiä kuvankäyttötapoja. Julkisen ja yksityisen ero ja sosiaalisesti hyväksytyjen kuvauskäytäntöjen rajat ovat tarkastelun ja uudelleenmäärittelyn kohteena mobiilikuvan valtakaudella.

Oma suhteeni valokuvaan kulkee läpi digitalisoitumisen käännekohtien. 1980-luvulla vanhempani kehittivät kylpyhuoneessamme mustavalkokuvia, ja maaginen pimiön haju ja punainen valo vetivät minua lapsena puoleensa niin etten malttanut maanittelusta huolimatta mennä nukkumaan. Isäni oli se, joka kuvasi perheen arkea ja juhlaa järjestelmäkameralla. Muistan pienenä ihmetelleeni, miksei perheestämme ollut värikuvia kuten muilla. 1980-luvun lopulla isäni innostus pimiöiltoihin hiipui samaan aikaan kun kompaktikamerat yleistyivät. Muistelen kompaktikameroita olleen käytössämme useampia, joista osa oli aina rikki. Perheeseemme hankittiin tietokone jo vuonna 1991. Tietoliikennesuunnittelun parissa työskennellyt äitini kiinnostui digitaalisesta valokuvauksesta ja hankki itselleen vuonna 2000 digitaalisen kompaktikameran.

Sain oman filmikameran 16-vuotislahjaksi, ja tallensin sillä arkeani ja ystäväpiirini seikkailuja, matkoja ja maisemia. Lukioaikani matkapuhelimet yleistyivät, ja minäkin pääsin lähettämään tekstiviestejä ystävilleni. Opiskellessani Pekka Halosen akatemiassa valokuvausta 2000-luvun alussa kuvasimme filmille. Studiossa työskennellessämme valaisu ja sommittelu tarkastettiin Polaroid-kuvien avulla ennen filmiperän vaihtamista kameraan. Kehitimme värivedokset pimiössä, ja kuvia myös skannattiin ja printattiin. Valmistuessani vuonna 2006 oli jo täysin selvää, että ammattikuvaajana välineeni on digitaalinen järjestelmäkamera.

Työskennellessäni casting-toimistossa 2000-luvun loppupuolella kuvatut videomateriaalit siirrettiin MiniDV:ltä CD-R-levylle ja digitaaliset valokuvat toimitettiin vielä valokuvausliikkeeseen tulostettaviksi. Tällöin sosiaalinen media teki tuloaan ja päivitin MySpace-sivulleni lempimusiikkiani. Vuonna 2007 liityin Facebookiin ja siitä tulikin minulle nopeasti tärkeä itseilmaisuja yhteydenpitokanava. Instagram-tililleni on vuodesta 2012 kertynyt kuvia kahvikupeista, ystävistä ja entisistä poikaystävistä, harrastuksista, eläimistä, sieniretkistä ja ruoka-annoksista 1240 kuvan verran, olen siis jakanut kuvan keskimäärin useammin kuin joka toinen päivä.

Kiinnostukseni mobiilikuvaan ja erityisesti sen käyttötapoihin nuorten keskuudessa kumpuaa näistä lähtökohdistani. Kenties internetaikana kasvanneiden nuorien kuvakäsitys ja tavat toimia eroavat jollain merkittävällä tavalla omasta näkökulmastani? Tutkimuksen motivaationa toimi halu saada lisätietoa nuorten valokuvakulttuurista. Omakuvassa on voimaa. Sen kautta voi nähdä itsensä toisin tai luoda kuvitteellisia identiteettejä, ottaa representaation voiman omiin käsiinsä. Kiinnostuin selfiestä valokuvataiteen ja omien taiteellisten projektieni kautta, ja olen seurannut uutisointia närkästyneenä. “Selfie ei päihitä maalattua muotokuvaa” ja “Psykiatri: Selfie-kuvista voi tulla pakkomielle” otsikoi Helsingin Sanomat vuonna 2014. Selfie symboloi uu-

1986



*Keväisellä metsäretkellä vuonna 1986. Isäni kuvasi perhettämme yleensä mustavalkofil-
mille ja kuvat kehitettiin kylpyhuoneessamme. (Kuva: Jaakko ja Marja-Leena Kuuselan
perhealbumi)*

tisoinnissa usein kaikkea sitä, mikä yhteiskunnassamme on vialla - ja ennen kaikki oli muutenkin paremmin.

Omassa kuvakäsityksessäni valokuvat avautuvat monenlaisille analyyseille ja tulkinnoille. Valokuvan suhteen omaan ”professionaalin katseen” (Pälviranta, 2012, 231) eli katson kuvakulttuuria koulutukseni ja ammattikentällä saadun kokemuksen näkökulmasta. Harri Pälvirannan tekemän taiteen vastaanottotutkimuksen mukaan vain ammattikatseen omaavilla on taipumusta kyseenalaistaa ehdotettu kuvan tulkinta ja katsoa kuvia kyseenalaistaen, vastakatseella. Valokuvien merkitykset muodostuvat psykologisten, ideologisten, teknisten ja historiallisten konventioiden kautta, eli suhteeni valokuvaan on antiessentialistinen. Sen sijaan että tulkitsisin valokuvaa viestinä, valokuva on mielestäni käytäntöjen muovaama yhteiskunnallinen objekti.

Tutkin mobiilikuvausta empiirisesti ja aineistolähtöisesti kahden erilaisen aineiston avulla. Analysoin Helsingin Sanomien ja Ylen uutisointia selfiestä ajalta 2015-2018. Halusin selvittää onko selfiein liittyvä uutisointi mielikuvi- eni mukaisesti pääsääntöisesti negatiivista. Tutkimuskysymykseni on miten ja missä asiayhteyksissä selfiestä kirjoitetaan mediassa.

Haastattelin yhdeksää vuosina 2002-2003 syntynyttä nuorta. Haastattelut nuoret edustavat sukupolvea, joka ei ole kokenut aikaa ennen internetiä ja mobiililaitteita. Halusin selvittää minkälaisia ovat nuorten kuvausintentiot ja mitä he ajattelevat kuvien jakamisesta sosiaalisessa mediassa. Lopuksi yhdistän nämä kaksi aineistoani ja vertailen tuloksia.

Johdantoluvussa kuvailen omia lähtökohtiani ja esittelen keskeiset käsitteet, mobiilikuvan ja selfien sen alalajina ja sen, mitä tarkoitan nuorten kuvausintentioilla. Aiemmista tutkimuksista valitsin työkaluikseni profiilityön ja kuvaseurallisuuden käsitteet. Kuvailen lyhyesti valokuvauksen digitalisoin- tumisen prosessia ja käsittelen suosituimpia sosiaalisen median sovelluksia ja niiden myötä syntynyttä valtavaa kuvamäärää. Johdannon lopuksi esittelen tarkemmin haastatteluaineistossa esiin nousevat sovellukset, Instagramin ja Snapchatin.

Johdannon jälkeen seuraa kaksi aineistolukua, media-aineisto ja haastatteluaineisto. Analysoin Helsingin Sanomien ja Ylen uutisointia määrällisesti ja laadullisesti aikavälillä 2015-2018. Uutisaineisto koostuu artikkeleista, joissa mainitaan selfie. Runsassanaisten sisällönanalyysin jälkeen esitän tulokset tiivistetysti.

Esihaastattelin neljää 2003 syntynyttä tyttöä, ja näiden haastattelujen pohjalta päivitin metodejani ja haastattelin vielä viittä 2002 syntynyttä poikaa heidän kuvausintentioistaan, ajatuksistaan kuvien jakamisesta sosiaalisessa

mediassa ja mielipiteistään mobiilikuvauksesta. Haastateltujen sukupuolijakauma oli sattumaan. Haastattelumetodinani toimi puolistukturoitu haastattelu. Esittelen esihaastatteluiden ja varsinaisten haastatteluiden työnkulun ja aineistot erillisissä kokonaisuuksissa ja haastatteluaineistojen analyysissa vertailen haastattelukierroksia ja esittelen tulokset teemoittain.

Tutkimuksen viimeisessä osassa yhdistän kaksi aineistoani. Pohdin mobiilikuvausta suhteessa aineistoihin ja johdantoluvussa esitettyihin käsitteisiin ja teemoihin. Aivan loppuksi analysoin mitä olisin voinut tehdä paremmin ja mikä esiin tutkimuksessa tulleista ilmiöistä olisi hedelmällinen jatkotutkimuksen aihe.

TUTKIMUKSEN TAUSTA

Käsittelen tässä tutkimuksessa mobiilikuvausta sosioteknisenä kokonaisuutena. Mobiilikuvalla on teknisiä, esteettisiä, taloudellisia, sosiaalisia ja kulttuurisia ulottuvuuksia (Hand, 2012, 21). Valokuvaamisen käytänteitä on kuvailtu ammatti- ja harrastekuvauksen ja taitekuvauksen eroja erittelemällä (mt., 7). Suomenkielisessä kuvantutkimuksessa on amatöörien kuvauskäytännöistä puhuttaessa käytetty termejä harrastelijakuvaus, näppäilykuvaus, snapshot-kuvaus tai perhe- ja albumikuvaus. Mobiililitekniikan myötä toimijuiden eri tasot menettävät merkitystään ja tarvitaan uusia termejä ilmaisemaan mobiilikuvan laaja-alaista vaikutusta uusilla osa-alueilla. Martin Hand puhuu ubiikista (*ubiquitous*), kaikkialla läsnä olevasta valokuvauksesta.

Mobiilikuvaus onkin käytäntönä lähellä harrastelijakuvausta ja snapshot-kuvausta (Villi, 2010, 72). Olen tässä työssä hyödyntänyt paljon Seija Ulkuniemen tutkimusta perhe- ja albumikuvauksen traditioista ja verrannut hänen tutkimustaan *Valotetut elämät – Perhevalokuvan lajityyppejä pohtivat tilateokset dialogissa katsojien kanssa* (2005) aineistooni.

Mobiilikuvauksen uusia kuvankäyttömuotoja ovat Heli Rantavuon (2008, 128) mukaan kuvien leikillinen ja viihteellinen käyttö, joka vertautuu albumikuvauksen rituaalinomaisempiin kuvauskäytäntöihin. Kuvauskohteina ovat hänen mukaansa usein arkiset ympäristöt ja paikat (mt., 17). Mette Sandbyen mukaan mobiilikuvausta määrittää hetkellisyys ja liikkuvuus (Salo, 2015, 20). Risto Sarvaksen ja David M. Frolichin tutkimuksen mukaan mobiilikuvalla on kahdeksan käyttötarkoitusta, muistokuva, muistutuskuva, kuva yhteisesti jaetusta kokemuksesta, muualla olevalle läheiselle tarkoitettu kuva, tiedon jakamiseksi otettu kuva, omaa itseä varten otettu kuva ja itseilmaisuus (mt., 276).

Selfie on mobiilikuvauksen genre. Selfie-sana lisättiin vuoden sanana Oxfordin sanakirjaan vuonna 2013. Sanakirjamääritelmän mukaan selfie on kuvaajan itse itsestään ottama kuva, joka on yleensä otettu älypuhelimella tai web-kameralla ja jaettu sosiaaliseen mediaan (Frosh, 2015, 1). Selfie-sanan määritelmässä tulee esiin mobiilikuvauksen moninaisuus ilmiönä, sillä kuvauksessa yhdistyvät kuvan sosiaalinen, kulttuurinen ja tekninen ulottuvuus.

KUVAUSINTENTIO

Kuvausintentio eli kuvaustarve on syy kuvaamiseen. Valokuvan ottajalla on henkilökohtainen motivaatio jokaisen kuvan ottamiseen myös mobiilikuvan aikakaudella. Jokainen kuva on kuvaajan tuottama väite ja kannanotto ja jokainen hänestä otettu kuva on osa hänen visuaalista henkilöhistoriaansa. Kuvat toimivat identiteetin ilmaisu- ja rakennuskeinoina.

Henkilökohtaisten kuvausintenttien ja sosiaalisten tarpeiden välille on vaikea vetää rajaa. Kuville on sosiaalinen tilaus, joka liittyy teknologian tarjoamiin mahdollisuuksiin. Kuvat voivat toimia merkinä sosiaalisesta tai materiaalisesta menestyksestä, ja yksi kuvaamisen syy voi olla sosiaalinen paine. Sosiaalisia kuvausintentioita säätelevät sosiaaliset normit. Ne määrittävät mitä pitää kuvata, voidaan kuvata ja mitä ei saa kuvata.

(Ulkuniemi, 2005, 158.)

KUVASEURALLISUUS

Valokuva liitetään historiallisessa viitekehyksessään vahvasti muistoon. Se on muistamisen ja muistojen jakamisen apuväline. Mobiilikuvien ottamisen vaikeus, suosio ja näiden seurauksena valtavasti lisääntyneet kuvamäärät ja kuvien uudet hetkellisemmät käyttötavat kuten kuvanjakosovellusten kaatoavat kuvat tuovat muiston rinnalle kuville uusia merkityksiä.

Multimediaviestien lähettäminen tuli mahdolliseksi vuonna 2002 (Sarvas ja Frolih, 2011, 93). Mikko Villi tutki ammattikoulu Arcadan opiskelijoiden ja henkilökunnan lähettämiä multimediaviestejä. Villin tutkimusaineisto on kerätty vuosina 2006-2007, jolloin internetyhteys oli puhelimissa vielä harvinainen. Villin kvantitatiiviseen kyselylomakkeeseen vastasi 91 henkilöä ja tästä joukosta hän valitsi kahdeksan informanttia, joiden kuvaviestimiseen perehtyi puolistrukturoidun haastattelun avulla (Villi, 2010, 41-42). Haastattelun pääteemat olivat aika ja etäisyys, ihmisten välinen kommunikaatio, rituaali ja välittyminen sekä valokuvaus ja viestintä (mt., 43).

Perinteiset valokuvateorian viestintämallit eivät olleet hyödyllisiä multimediaviestintää tutkiessa (mt., 147) ja Villi löysikin uuden tavan käyttää kuvia viestintävälineenä, jota hän kutsuu kuvaseurallisuudeksi tai kuvalliseksi rupatteluksi. Haastatteluihin osallistuneet keskustelivat kuvien välityksellä, eli lähettivät edes takaisin kuvia joihin vastattiin kuvilla (mt., 70). Kyseessä oli Villin mukaan rituaalikommunikaatio ja läsnäolon välittäminen kuvin (mt., 149). Viestin välittämisen sijaan rituaaliviestinnässä keskitytään yhteydenpitoon, eikä viestin sisältö ole ensisijaista.

Valokuvaaminen, valokuvattavana oleminen ja itsensä kuvaaminen ovat identiteetin rakentamisen keinoja, ja yksilöillä on tarve rakentaa visuaalista henkilöhistoriaa (Ulkuniemi, 2005, 158). Kuvat toimivat dokumentteina valitsevasta tilasta ja muutoksesta. Niillä viestitään sosiaalisesta statuksesta tai saavutetusta menestyksestä (mt., 156). Visuaalisen henkilöhistorian tallentaminen sosiaaliseen mediaan asettaa kuitenkin yksilöille uusia haasteita.

Suvi Uski esittää tutkimuksessaan *Profilework for authenticity – Self-presentation in social network services* (2015) että läsnäolo sosiaalisessa medias- sa edellyttää käyttäjiltä aktiivista itsensä esittämistä eli profilityötä (mt., 5). Laaja sosiaalisen median yhteisö saa käyttäjän muodostamaan itselleen meta- roolin, jolla hän pyrkii vastaamaan yleisön monimuotoisuuteen. Julkaistun sisällön näkevät päällekkäiset yleisöt, esimerkiksi Facebookissa läheiset ystävät ja työyhteisön jäsenet, joille arkielämässä esitetään erilaisia rooleja. Julkais- tun sisällön näkevät nykyisten lisäksi tulevat yleisöt, ja tämä kaventaa ilmai- sunvapautta entisestään. Profilityöstä sosiaalisessa mediassa saatava palau- te on epätasuaista ja monitulkintaista verrattuna kasvokkain tapahtuvaan kommunikaatioon. Tällainen pitkittynyt identiteettiesitys on Uskin mukaan ”monella tapaa uhka yksilön minuudelle ja identiteetille. Esimerkiksi identi- teettien yleisökohtaisuus, identiteetin kehittäminen, eheys, vakaus sekä oman toiminnan aitouden kokemus ovat tulilinjalla” (mt., 5).

Uski tulkitsee sosiaalisen median profilityötä suhteessa sosiologi Erving Goffmanin teoriaan aitouden esittämisestä sosiaalisessa kanssakäymisessä. Goffmanin mukaan identiteettiä esitetään aina idealisoituna versiona, mut- ta yhteisö rankaisee liiasta idealisoinnista. (Mt., 87.) Pitkittynyt profilityö on raskasta ja Uski esittääkin että Snapchatin kaltaiset palvelut, joissa historia ei tallennu lisäävät suosiotaan sen takia, että käyttäjät haluavat minimoida pro- filityön tekemisen. Toinen strategia profilityön välttämiseen on nuorten tapa julkaista vain muutama kuva Instagram-käyttäjätilillään ja näin minimoida visuaalisen historiansa tallentuminen. Tämän Uski näkee luovaksi profilityön välttämiseksi. (Mt., 99-100.)

VALOKUVAN DIGITALISOITUMISEN HISTORIAA: 1990-LUKU JA VALOKUVAN KUOLEMA

Vaikka digitaalinen valokuvaus tekniikkana keksittiin jo 1970-luvulla, se yleistyi kuluttajan käyttöön vasta 2000-luvulla (Sarvas ja Frolich, 2011, 98). Valokuvauslähtöisestä infrastruktuurista, jossa valokuvaamien oli oma käytäntönsä, siirryttiin vähitellen tieto- ja viestintäinfrastruktuuriin. 1990-luvulla tietokoneet yleistyivät kotitalouksissa. Adobe Photoshopin ensimmäinen versio tuli markkinoille vuonna 1990, ja samana vuonna julkaistiin myös ensimmäinen kuluttajille suunnattu digitaalikamera. (Mt., 89.)

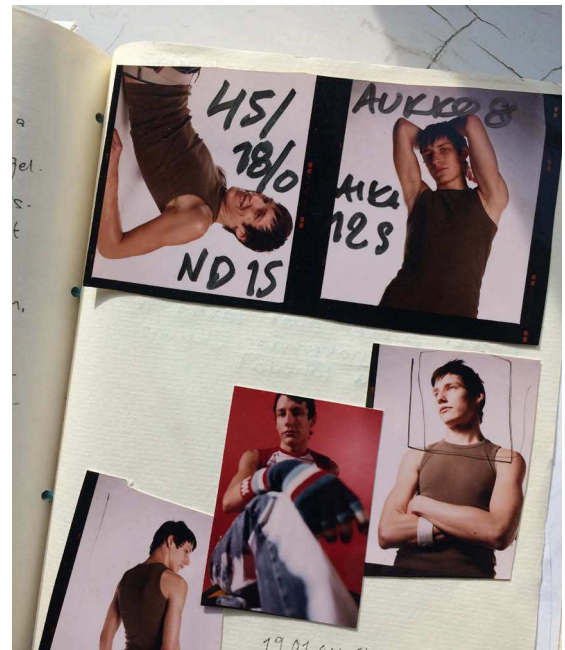
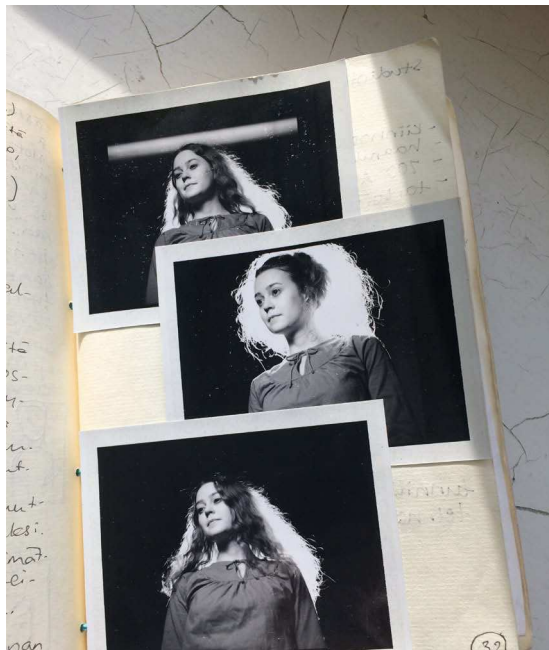
Digitalisoitumisesta johtuvia muutoksia on kuvailtu kuvaa koskevaksi vallankumoukseksi, ja post- tai jälkivalokuvauksen ajan aluksi. Martin Lister esittelee *Photography in the age of electronic imaging* – kirjoituksessaan teoreettista keskustelua jota valokuvauksen digitalisoituminen on herättänyt. (Wells 2000, 297.) Teoreetikot näkivät digitalisoitumisessa median ja visuaalisen esittämisen historiallisen käännekohdan, jota verrattiin merkittävyysensä valokuvauksen keksimiseen. Näkökulmasta riippuen digitalisoitumisen nähtiin joko vapauttavan valokuvauksen esittävyiden kahleista tai uhkaavan valokuvan kulttuurillista asemaa ja käytäntöjä. (Mt., 302.)

1990-luvun alussa teoreetikot kuten W.J.T. Mitchell paneutuivat analogisen ja digitaalisen valokuvan eroihin (mt., 300). Digitalisoituminen nähtiin uhkana valokuvan todistusarvolle, sillä indeksisyydellä on katsottiin olevan ratkaiseva merkitys valokuvan todistusarvon rakentajana. Valokuvan indeksisyydellä tarkoitetaan valoon liittyvää seuraussuhdetta, joka syntyy analogisessa valokuvausprosessissa kuvauskohteesta heijastuvan valon valoherkkää materiaalia ja lopulta katsojaa.

Digitaalisuuden ei katsottu toteuttavan tätä indeksisyyden ideaa valon siirtymisestä kuvan kohteesta lopulta katsojaan. Tietokoneella tehtävä kuvankäsittely tuntui vievän valokuvan todistusarvolta viimeisetkin rippeet, sillä kuvan pikselirakenne mahdollistaa muun muassa kuvien yhdistelyn tai elementtien poistamisen kuvasta. Kärkkäimmät teoreetikot kuten Fred Ritchin ennustivatkin, että digitaalisen valokuvan esiinmarssi johtaa valokuvan kriisiin ja tuhoutumiseen, valokuvan kuolemaan sellaisena kuin se oli yli 150-vuotisen historiansa aikana käsitetty (mt., 311).

Analogisenkin valokuvan todistusarvo on kuitenkin riippuvainen historiallisista ja kulttuurisista käytötavoista ja perinteistä, ja indeksisyyteen pohjaava totuusarvo on yksi teoria muiden joukossa. Valokuvan merkitykset ovat monitulkintaisia psykologisten, ideologisten, teknisten ja kulttuuristen konventioiden muovaamia (mt., 311). Digitaalisten teknologioiden yleistymi-

sen myötä tiedostettiin Martha Roslerin johdolla, että manipulaatio on aina ollut kiinteä osa valokuvauksen historiaa (mt., 311). Rosler nostaa esiin ajatuksen, että valokuvaan liitetty objektiivisuus on modernistinen keksintö ja että kuvan tuotantotapa ei voi yksin määrittää sen synnyttämiä merkityksiä.



*Polaroid-kuvia ja pimiössä vedostettuja pinnakkaisruutuja muistiinpanoistani vuodelta 2004.
(Kuva: Helinä Kuusela)*

VALOKUVAN DIGITALISOITUMISEN HISTORIAA: MOBIILITEKNOLOGIAN ESIINMARSSI

■ Vuonna 2001 markkinoille tuli ensimmäinen kameralla varustettu puhelin ja vuonna 2004 kameroilla varustettujen puhelimien myynti ylitti määrällisesti digitaalisten kameroiden myynnin. Vuonna 2008 jo 70:ssä prosentissa puhelimista oli kamera. Samalla liiketoiminta siirtyi kameranvalmistajilta puhelinvalmistajille ja operaattoreille. Kuluttajilla oli ensi kertaa käytössään laite, jonka ensisijainen funktio ei ollut kuvien ottaminen. (Sarvas ja Frolich, 2011, 93). Kamera integroitui älypuhelimeen, jossa se on vain yksi toiminto muiden joukossa (mt., 87).

Digitaalinen valokuva on häviöttömästi ja loputtomasti kopioitavissa. Kuvien reproduktioon ei liity myöskään erillisiä kustannuksia ja kuvan eri versiot saattavat päätyä käytettäväksi varsin erilaisissa konteksteissa. Kuvia voidaan lähettää tietoverkoissa hyvin lyhyessä ajassa ja niiden katseleminen ei ole sidoksissa aikaan ja paikkaan. Verrattuna analogiseen valokuvaan, digitaalinen kuva vaatii hyvin vähän fyysistä tallennustilaa. Tämä on johtanut kuvamäärän valtavaan kasvuun, sillä kustannukset, filmin ruutumäärä tai tallennustila ei ole esteenä kuvien määrälle. (Mt., 96-97.)

Kuvatieto on digitaalikuvan tiedostossa binääridataa ja digitaalikamerat prosessoivat ja kompressoivat tätä dataa jo kuvan tallennusvaiheessa. Digitaalinen valokuva koostuu siis ykkösistä ja nolista, binääridatasta, ja kuvatieto on samassa laitteessa kuin kaikki muukin digitaalinen tieto. Tämä mahdollistaa uusia toimintatapoja ja tiedon yhdistelmiä. (Mt., 97-98.)

Digitaalinen valokuva ei ole olemassa ilman sitä ympäröivää teknologiaa ja infrastruktuuria. Mikäli akussani on virtaa ja puhelinoperaattorin tarjoama internet-yhteys toimii, voin älypuhelimellani napata kuvan, ja vaikkapa hoitaa rästissä olevat pankkiasiani tai vuokrata asuntoni AirBnB-palvelussa lähtiessäni viikonlopuksi muualle. Teknologisessa konvergenssissa erilliset toiminnot yhdistyvät ja muuttuvat samankaltaisemmiksi (mt., 98).

Valokuvan digitalisoituminen on nähty näkökulmasta riippuen joko valokuvan asemaa uhkaavana katkoksena, historiallisten valokuvauskäytäntöjen jatkumona tai disruptiona. Disruptioteorian mukaan uudet tekniikat syrjäyttävät vanhat, mikäli ne ovat yksinkertaisia, halvempia ja laadullisesti ”riittävän hyviä” korvaamaan aiemmat tekniikat. (Salo, 2015, 22, 251.)

■ Sosiaalinen media on nimitys yhteydenpidosta ja vuorovaikutuksesta virtuaaliyhteisöissä mobiili- ja internetpohjaisilla alustoilla. Yhteisöissä käyttäjät luovat ja muokkaavat sisältöjä ja keskustelevat keskenään. Erkkolan (2008, 81) käsiteanalyysitutkimuksen mukaan sosiaalinen media voidaan määritellä teknologiasidonnaiseksi prosessiksi, jossa “yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla vertais- ja käyttötuotannon kautta. Samalla sosiaalinen media on jälkiteollinen ilmiö, jolla on tuotanto- ja jakelurakenteen muutoksen takia vaikutuksia yhteiskuntaan, talouteen ja kulttuuriin.”

Samaan aikaan kun multimediaviestien lähettäminen mahdollistui ja kamerapuhelinten esiinmarssi alkoi, julkaistiin myös ensimmäiset sosiaalisen median sovellukset. MySpace perustettiin vuonna 2003 ja Facebook aloitti toimintansa vuonna 2004. Vuoteen 2010 mennessä Facebookilla oli jo 500 miljoonaa käyttäjää (Sarvas ja Frolich, 2011, 94). Joulukuussa 2017 Facebookilla oli 1,4 miljardia päiväkäyttäjää ja 2,13 miljardia aktiivista käyttäjää kuussa (Facebook Newsroom, 2018).

Palveluun on ladattu 250 miljardia kuvaa ja ne lisääntyvät noin 350 miljoonan kuvan päivävauhtia (Smith, 2017).

Facebook kärsii käyttäjien tuottaman sisällön vähenemisestä ja muista ongelmista kuten viimeaikaisesta luottamusta vieneestä Cambridge Analytica-skandaalista. Varsinkin nuoret hakeutuvat muiden sosiaalisen median palveluiden ääreen. ebrand Suomi Oy:n tutkimuksen mukaan suosituimmat palvelut vuonna 2016 13-29-vuotiaiden keskuudessa olivat WhatsApp (88%), YouTube (85%), Facebook (81%), Instagram (72%), Spotify (66%), Snapchat (60%), Facebook Messenger (56%), Skype (35%) ja Steam (19%). Verkkolomakekyselyyn osallistui 5520 13-29-vuotiaasta vastaajaa eri puolilta Suomea (ebrand Suomi Oy ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016). Esittelen seuraavaksi Instagramin ja Snapchatin, tutkimuksessani eniten esiin tulevat sosiaalisen median sovellukset.

INSTAGRAM

Instagram on ilmainen kuvanjakosovellus, jossa voi jakaa kuvia ja videoita, seurata toisia käyttäjiä, ”tykätä” kuvista ja kommentoida niitä sekä lähettää yksityisviestejä käyttäjien välillä. Kuviin voi lisätä kuvatekstejä, hastageja eli aiheuttunnisteita ja paikkatietoja eli geotageja. Sovelluksella voi kuvata stillkuvia tai videota ja kuvattua materiaalia voi muokata suoraan sovelluksessa. Käyttäjätilit ovat joko julkisia tai yksityisiä. Yksityistilin omaavat käyttäjät hyväksyvät seuraajat yksi kerrallaan. Myös julkisen tilin omaava käyttäjä voi estää yksittäisiä seuraajia näkemästä kuvasisältöjään tai lähestymästä yksityisviestillä. Käyttäjät näkevät seuraamansa sisällöt aikajanalla, jonka järjestystä hallinnoi algoritmi.

Sovellus näyttää käyttäjille kaupallisia sisältöjä seurattujen julkaisujen lisäksi ja ehdottaa käyttäjätilien seuraamista algoritmin keräämän tiedon avulla. Instagram myy mainostajille tietoa käyttäjien kuvista ja tykkäyksistä sekä kuvien metadataa kuten tietoa käyttäjän sijainnista. Tietoa käytetään kohdennettuun mainontaan. Vuonna 2017 mainostajien määrä oli noussut miljoonaan (Instagram Business Team, 2017). Instagramissa oli vuonna 2017 noin 25 miljoonaa kaupallista käyttäjätiliä (Aslam, 2018). Tätä kirjoittaessani kohdennettua mainontaa näkyy sovelluksessa sekä aikajanallani että seuraamieni käyttäjien Stories-julkaisujen välissä.

Tilastojen mukaan Instagramilla oli syyskuussa 2017 noin 800 miljoonaa aktiivista käyttäjää, ja noin 400 miljoonaa käyttäjää päivässä. Nämä 400 miljoonaa päivittäistä käyttäjää tykkäsivät kuvista 4,2 miljardia kertaa. Sovellus julkaistiin vuonna 2010 ja vuonna 2017 sinne oli ladattu yhteensä 40 miljardia kuvaa. Määrä kasvoi noin 95 miljoonalla kuvalla päivässä. Noin 70 prosenttia Instagramin käyttäjistä on naisia ja noin 60 prosenttia kuuluu ikäryhmään 18-29 vuotta. (Mt.)

Suosituimmat kuva-aiheet Instagramissa olivat vuonna 2014 julkaistun tutkimuksen mukaan selfiet (24,2%) ja kaverikuvat (22,4%). Seuraavaksi suosituimpia aiheita olivat ruokakuvat, kuvat laitteista kuten elektroniikasta, autoista ja työkaluista sekä kuvat, joiden päällä on tekstiä. Nämä kolme kategoriaa muodostivat kukin 10 prosenttia Instagramin kuvasisällöistä. Viidesä prosentissa kuvista aiheena oli lemmikit. Samoin viisi prosenttia kuvasisällöistä kuvasi muotia ja henkilökohtaisia tavaroita kuten vaatteita, meikkejä ja kenkiä. Tutkimuksen kuvasisällöt oli analysoitu 14 000 aktiivisen käyttäjän tuhannesta kuvasta satunnaisotantaa hyödyntäen. Tutkimuksessa ei ollut mukana kaupallisten käyttäjätilien julkaisuja. Kuvat kategorisoitiin algoritmin avulla ja kaksi henkilöä koodasi 800 kuvaa yksittäisiin kategorioihin

tuloksen luotettavuuden testaamiseksi. (Hu, Kambhampati ja Manikonda, 2014, 596-597).

Lev Manovich huomauttaa, ettei kuvien koodaus kategorioihin aiheen mukaan kerro kuvan merkityksestä juuri mitään ja että samansisältöisellä kuvalla voi olla monia eri merkityksiä (Manovich, 2017, 399). Hän analysoi Instagramin estetiikkaa ja olemusta median luokittelemalla kuvia kolmeen eri kategoriaan: ”kasuaali” (*casual*), ammattimainen ja design. Manovichin mukaan tämä luokittelu auttaa tuomaan analyysiin mukaan kuvaajan intention (mt., 39) ja on hyödyksi historiallisten jatkumoiden ja erojen paljastamisessa (mt., 50).

Kasuaaleissa, eli rennoissa tai epävirallisissa kuvissa visuaaliset elementit kuten valotus, kontrasti, värit, tarkennus, sommittelu ja rytmi eivät ole kontrolloituja. Kuvaaja ei joko ole tietoinen näistä elementeistä tai ei välitä niistä. Kuvat ovat dokumentteja enemmän kuin esteettisiä objekteja ja sisältö on kuvan pääasia. (Mt., 53.) Ammattimaisissa kuvissa taas edellä mainitut elementit ovat tarkkaan harkittuja tai kuvaaja on tietoisesti rikkonut ”hyvän valokuvan” sääntöjä (mt., 58). Design- kategorian kuvat ovat huolellisesti lavastettuja ja tyyliteltyjä (mt., 67). Cultural Analytics Lab ja Manovich ovat vuosina 2012-2015 keränneet ja analysoineet 15 miljoonaa kuvaa 17:sta eri suurkaupungista (mt., 4). Lontoossa vuonna 2015 viikon aikana paikkatunnisteen avulla kerätyistä 152 000:sta kuvasta koodattiin otos manuaalisesti. Kasuaalit kuvat kattoivat 80 prosenttia tuloksista, ammattimaisia kuvia oli 11 prosenttia ja design- kateorgian kuvia 9 prosenttia (mt., 50).

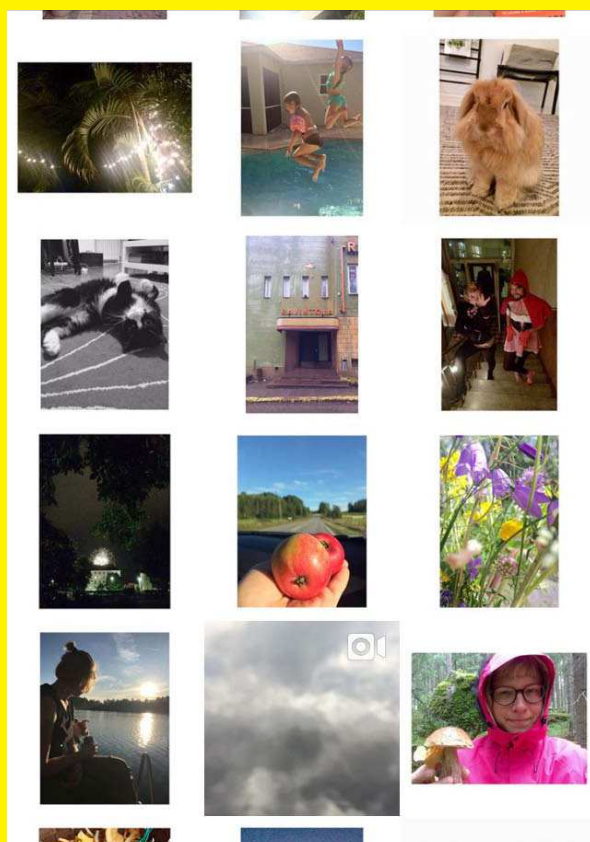
INSTAGRAM ESIMERKKINÄ NOPEASTI MUUTTUVASTA SOVELLUSYMPÄRISTÖSTÄ

■ Sovelluksille ominaista nopea muutos, ja tämä vaikuttaa sekä kuvien aiheisiin että niiden estetiikkaan (Manovich, 2017, 4). Kun Instagram julkaistiin vuonna 2010 Applen älypuheliin, sovelluksessa saattoi jakaa neliön muotoisia yksittäisiä kuvia. Erilaisten filttareiden käyttäminen kuvien heikon laadun kompensoimiseksi oli suosittua. Filttareiden käyttö loi kuviin nostalgista tunnelmaa ja sovelluksen estetikka haki vaikutteita Polaroid- kuvista. Käyttäjä näki jaetut kuvat vertikaalisesti uusimmasta vanhimpaan.

Julkaisun jälkeen Instagramiin on tehty lukuisia muutoksia, joista esittelen tässä vain osan (Instagramin historia ks. <https://instagram-press.com/our-story/>). Vuonna 2012 julkaistiin sovellus Android-puhelimille, selainkäyttö tuli mahdolliseksi ja sovellukseen lisättiin Explore-ominaisuus, joka näytti käyttäjälle lähialueella otettuja suosittuja kuvia. Vuonna 2013 sovellus mahdollisti lyhyiden videoiden kuvaamisen ja julkaisemisen aikajanalla. Käyttäjien väliset yksityisviestit tulivat mahdollisiksi samana vuonna ja ominaisuutta on sen jälkeen muutettu useaan kertaan.

Sovellukselle tunnusomaisesta kuvien neliöformaatista luovuttiin vuonna 2015 kun pysty- ja vaakakuvien julkaiseminen mahdollistui. Vuonna 2016 uutuutena tuli kuviin zoomaaminen. Samana vuonna Instagram luopui kuvien näyttämisestä käyttäjille aikajärjestyksessä ja siirtyi algoritmipohjaiseen järjestykseen. Muutos aiheutti närää käyttäjissä, ja sitä perusteltiin kuvamäärän kasvulla ja algoritmin kyvyllä näyttää käyttäjille merkittävää sisältöä.

Vuonna 2016 julkaistiin Stories-toiminto jolla Instagram pyrki kilpailemaan Snapchatin kanssa. Stories-julkaisussa jaettu sisältö häviää 24 tunnin kuluttua. Toimintoa voi käyttää myös reaaliajassa eli live-tilassa ja sisältöön voi liittää lisätyn todellisuuden elementtejä kuten Snapchatissä. Vuonna 2017 Stories-ominaisuudella oli noin 300 miljoonaa aktiivista käyttäjää päivässä (Aslam, 2018). Viimeisin huomattava muutos sovellukseen tapahtui helmikuussa 2017, kun aikajanalle tuli mahdolliseksi lisätä yksittäisen kuvan tai videon sijaan enintään kymmenen julkaisua, jotka näkyvät käyttäjälle horisontaalisella pyyhkäisyllä.



*Oma käyttäjätilini vuosilta 2012 ja 2018 esimerkkinä Instagramin muutoksesta.
(Kuva: Helinä Kuusela)*



Kuva: Hanna Lumme/ YLE

■ Snapchat on vuonna 2011 julkaistu mobiilisovellus, jossa käyttäjät voivat lähettää tekstiä, kuvia, videoita ja keskustella toisten käyttäjien kanssa. Lähetetyt sisällöt ovat nähtävissä sekunnista kymmeneen sekuntiin, jonka jälkeen ne poistuvat käyttäjien näkyvistä ja myös sovelluksen palvelimilta. Sisältöjä voi halutessaan tallentaa omaan puhelimeensa Archive-ominaisuudella tai ottaa ruutukaappauksia, mutta sovelluksen alkuperäinen konsepti on kuitenkin se, etteivät lähetetyt viestit ole pysyviä.

Sisältöihin voi lisätä muun muassa tekstiä, paikkatietoja, kellonaikoja, kuvakkeita ja filttareita, jotka mukautuvat käyttäjän kasvoihin. Snapchat kilpaileekin Instagramin ja WhatsAppin kanssa kehittämällä erityisesti lisätyn todellisuuden ominaisuuksia (Constine, 2018). Sisältöä voi lähettää joko suoraan toisille käyttäjille tai kaikille lisätyille kontakteille näkyvään MyStory-ominaisuuteen, josta se poistuu 24 tunnin päästä. Snapchatissa lähetettyjä sisältöjä sanotaan ”snäpeiksi”. Jos käyttäjät snäppäävät toisilleen ainakin kerran vuorokauden sisällä, syntyy käyttäjien välille ”streak”.

Helmikuussa 2018 Snapchat-sovellusta käytti 187 miljoonaa ihmistä päivässä (mt.). ebrand Suomi Oy:n tutkimuksen mukaan 80 prosenttia suomalaisista 13-17-vuotiaista nuorista käytti sovellusta vuonna 2016 (ebrand Suomi Oy ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016).

Kuusila (2015, 21) haastatteli Snapchatin käytöstä kahdeksaa 22-27-vuotiaista nuorta aikuista. Vastaajat kokivat Snapchatin enemmän viestipalveluna kuin sosiaalisena medianä. Sovelluksessa jaettiin kuvasisältöjä joita ei laisinkaan julkaistaisi muualla tai jotka jäisivät ottamatta kokonaan. Haastateltavat kertoivat käyttävänsä Snapchatia juuri sisällön hetkellisyyden vuoksi, sillä hetkessä katoavien kuvien mahdollista vaikutusta tulevaisuuteen ei tarvitse miettiä.

Sovelluksessa jaetut kuvat olivat aiheiltaan arkisia ja viestit lyhyitä. Kuusilan mukaan Snapchatissa jaettiin enemmän etukameralla otettuja selfieitä kuin muissa sosiaalisen median palveluissa. Snapchat koettiin henkilökohtaisemmaksi kuin muut sosiaalisen median sovellukset, eivätkä käyttäjät toivoneet viestejä muilta kuin lähipiirinsä ihmisiltä. (Mt., 28.) Avoimempien sosiaalisen median palveluiden julkaisukynnys oli tutkimuksen mukaan korkeampi ja sosiaalisen statuksen ylläpitäminen oli haastateltujen mielestä niissä suuremmassa roolissa kuin Snapchatissa (mt., 23).

SELFIE MEDIASSA

• TARKASTELUSSA HELSINGIN SANOMIEN
JA YLEN UUTISOINTI

■ Miten ja missä asiayhteyksissä selfiestä kirjoitetaan mediassa? Tutkin Helsingin Sanomien ja Ylen uutisointia selvittääkseni pitääkö mielikuvani negatiivisesta uutisoinnista paikkansa. Mieleeni oli jäänyt erityisesti kuinka Yle kirjoitti Turun puukotuksen yhteydessä nuoresta naisesta, joka otti selfietä torilla ruumis taustallaan (“Klaus Ristola seisoi kahden metrin päässä veitsimiehestä ja tämän uhrista –Kuvottavinta oli, että nuori nainen otti selfien ruumiin kanssa”, Yle 28.7.2017). Kokemukseni oli, että nuorten ja vanhempienkin kuvaamiseen liittyvistä jopa kuolemaan johtavista onnettomuuksista uutisoidaan tiuhaan tahtiin. Mielessäni palstatilaa saivat kohtuuttoman paljon myös uutiset, jossa referoitiin tutkimuksia selfien ja narsismin yhteydestä. Omassa kuvakäsityksessäni valokuvat avautuvat monenlaisille analyyseille ja tulkinnoille, ja selfien käsittely narsismin paradigman yhteydessä ärsyttää.

Selfie-sana esiintyy Helsingin Sanomissa ensi kerran vuonna 2013, kun sana sai virallisen statuksen Oxfordin sanakirjaan lisäämisen myötä. Aluksi termiä yritettiin suomentaa ja parhaana ehdokkaana näyttäytyi meitsie, mutta suomennokset eivät siirtyneet käyttökieleen. Nyt-liite etsiskeli myös Suomen ensimmäistä selfietä ja löysikin ehdokkaan vuodelta 1844. Yle uutisoi selfiestä ensi kerran Nelson Mandelan hautajaisten yhteydessä vuonna 2014. Sen jälkeen seurasi osallistavaa journalismia, jossa neuvottiin kuinka selfie otetaan: ”Ohjeet selfien ottamiseen – ‘Ojenna käsi mahdollisimman pitkäksi ja suuntaa kamera itseesi’” (Yle 16.1.2015/ Osallistu). Yle kehotti lukijoitaan jakamaan selfiänsä Twitterissä ja osallistumaan keskusteluun ilmiöstä aihe-tunnisteella ”suomiselfie” ja uutisoi tulokset.

MIKSI TUTKIA UUTISOINTIA?

■ Median esiin nostamat aiheet ja näkökulmat muokkaavat käsitystämme todellisuudesta, ja esiin nostetut esimerkit muuttuvat edustukselliseksi. ”Uutiskäsittely legitimoii käsiteltävän asian yleisön silmissä ja näin ollen asia mielletään tärkeäksi jo pelkästään saamansa julkisuuden pohjalta. Voimakas medianäkyvyys tekee esitetystä asiasta tärkeän ja usein myös todenmukaisen jopa asian paikkansapitävyyttä muutoin epäilevien keskuudessa.” (Kuutti, 2015 13-14.)

Uutisoinnissa on pyrittävä totuudenmukaisuuteen ja yleisön on voitava erottaa tosiasiat mielipiteistä ja sepitteellisestä aineistosta (Julkisen sanan neuvosto, 2011). Uutisten tehtävänä on välittää tärkeistä asioista uutta tietoa objektiivisesti ja totuudenmukaisesti, mutta totuudenmukaisuuden vaatimukseen sekoittuu kuitenkin median keskinäinen kilpailu ja sisältöjen viih-

teellistymien (Kuutti, 2015, 10).

Valitsin aineistokseni Helsingin Sanomat, sillä on lukijamäärältään ylivoimaisesti suurin suomalainen sanomalehti ja tavoitti vuonna 2017 Kansallisen mediatutkimuksen mukaan noin 1,7 miljoonaa lukijaa. Kokonaistavoittavuus sisältää painetun lehden, näköislehden, www-sivuston, sekä matkapuhelin- ja tablettisovellukset (Media Audit Finland, 2017). Yle taas on julkisrahoitteinen organisaatio, joka toimii liikenne- ja viestintäministeriön hallinnan alla. Ylen tehtävänä on tuottaa julkisia palveluita ja toimintaa säätelee laki Yleisradio Oy:stä. Taloustutkimuksen tekemän kyselyn vuonna 2017 mukaan 80 prosenttia suomalaisista luotti Yleen erittäin paljon tai melko paljon (Ylen arvo suomalaisille, 2017). Uutisorganisaation uskottavuus tekee uutisesta uutisen.

METODI

■ Analysoin media-aineistoa sisällönanalyysin menetelmin. Sisällönanalyysissä tekstiaineisto eritellään osiin, tarkastellaan yhtäläisyyksiä ja eroja ja järjestetään lopuksi uudelleen (Tuomi ja Sarajarvi, 2009, 109-116). Artikkelit on käsitelty aineistolähtöisesti eikä valmista teoreettista viitekehystä ole käytetty analyysin pohjana. Sisällönanalyysin avulla pyritään muodostamaan tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty kuvaus, joka kytkee tulokset ilmiön laajempaan kontekstiin ja aihetta koskeviin muihin tutkimustuloksiin (mt., 105). Aineistosta on tehty sekä määrällinen että laadullinen analyysi. Keskityin kvantitatiivisen erittelyn sijaan enemmän artikkelien tulkintaan.

Keräsin artikkeliaineiston Helsingin Sanomien ja Ylen verkkohauulla aikajärjestyksessä Excel-taulukkoon hakusanalla selfie. Taulukon luokat ovat artikkelin päivämäärä, vuosi, Helsingin Sanomissa artikkelin osasto tai vastaavasti Ylellä aihetunniste, otsikko ja lause tai lauseet jossa selfie esiintyy. Mikäli juttu käsitteli selfietä ilmiönä tai mainintoja oli useampi kuin kolme, tallensin taulukkoon artikkelin URL-osoitteen. Taulukointivaiheessa luin useimmat artikkelit kursorisesti, mutta esimerkiksi mediaa käsittelevät perinpohjaisemmin. Tämän jälkeen arvioin taulukkoon käsitteleekö artikkeli selfietä negatiivisessa, positiivisessa vai neutraalissa valossa ja kirjasin ylös muutaman avainsanan siitä, missä kontekstissa selfie-sana esiintyy. Toistuvia avainsanoja olivat muun muassa anekdoottimainen maininta, turismi, julkisuus, kunnioitus ja suru, kehopositiivisuus, vastakulttuuri ja selfie symbolina. Aineistossa on molempien medioiden osalta mukana myös artikkelit, jossa selfie-sana esiintyy ainoastaan kuvatekstissä, sillä kuvat selfietä ottavista ihmisistä oli yksi kiinnostava osa-alue jota halusin myös tarkastella.

AINEISTON RAJAUS

■ Helsingin Sanomien aineisto käsittää aikavälin 2.1.2017-15.1.2018. Aineistosta on jätetty pois Nyt-liitteen artikkelit sekä englanninkieliset uutiset. Nyt-liite kirjoittaa sosiaalisen median ja internetin ilmiöistä usein ja viihteellisellä otteella, esimerkiksi tätä kirjoittaessani Nyt.fi-sivuston ylin otsikko kuuluu ”Henkilö veti tuuban päähänsä ja päätyi päivässä ’internetin etusivun’ uudeksi suosikiksi – Näin älyttömiä kuvia tuubasoturista muokattiin” (HS/Nyt 1.3.2018).

Ylen aineisto käsittää aikavälin 18.7.2015-27.3.2018, mutta hakutuloksiin on syytä suhtautua varovaisemmin kuin Helsingin Sanomien aineistoon. Verkkohaku ei tunnista sijamuotoja, ja aineistoni sisältää ainoastaan nominatiivin ja genetiivin eli haut ”selfie” ja ”selfien”. Lisäksi toistaessani verkkohakua sain tulokseksi useita artikkeleita, joissa selfietä ei laisinkaan mainittu. Oletan tämän johtuvan Ylen sekavasta aihe-tunniste- ja juttukategoriakäytännöstä sekä siitä, että lukijalta piilotetut aihe-tunnisteet ovat jääneet julkaisijalta muokkaamatta ja ovat peräisin jostain edellisestä artikkelista.

Esimerkiksi liikenneturvallisuutta ja nuorten käytöstä rautatiekiskoilla käsittelevät neljä Ylen artikkelia on merkitty neljällä eri aihe-tunnisteella. ”Selfie raiteilla voi tappa rauhoitti temppuiliijoita – nyt huolestuttavat nuoret, jotka oikaisevat kiskoja yli” (Yle 27.11.2017), ”Lapsena jalkansa junalle menettänyt: ’Keksikää nuoret joku muu harrastus’ ”(Yle 24.9.2017), ”Junaratojen vaarallisuutta ei tiedosteta – ’Luullaan, että kuullaan ja nähdään’ ”(Yle 27.3.2017) ja ”Veturinkuljettaja säikähti lasten vaarallisia leikkejä: ’Se kirjoitti minut kirjoittamaan Facebookissa’ ”(Yle 6.11.2016) löytyvät aihe-tunneilla ”Rautatieliikenne”, ”Onnettomuudet”, ”Rautatieonnettomuudet” ja ”Kotimaan uutiset”. Kaikki Yleltä keräämäni artikkelit on julkaistu uutiskategoriassa. Jätin myös Ylen aineistosta pois muut kuin suomenkieliset uutiset.

AINEISTON ESITTELY

■ Helsingin Sanomien aineistossa sana selfie esiintyy aikavälillä 2.1.2017-15.1.2018 eli 379:ssä päivässä 153:ssa eri artikkelissa. Noin vuoden aikana se siis mainitaan hieman alle joka toinen päivä. Ylen aineisto käsittää pidemmän aikavälin, noin kaksi ja puoli vuotta, 956 päivää, jona aikana selfie mainitaan huomattavasti harvemmin, 136:ssa artikkelissa. Lukuna tätä ei kuitenkaan ole syytä suoraan verrata Helsingin Sanomien aineistoon, sillä aineiston rajaaminen uutiskategoriaan jätti hausta pois muut Ylen tuottamat sisällöt.

Verkkohaku jaottelee sisällöt kategorioihin Areena, Uutiset, Urheilu, Oppiminen, Elävä Arkisto ja YleX. Lisäksi jo edellä mainittu hakusanan sijamuotojen vähäinen määrä vaikuttaa aineiston laajuuteen.

Helsingin Sanomissa artikkeleita joissa selfie mainitaan on aineiston aikavälillä eniten Ulkomaat- osastossa, 32 kertaa, mutta se esiintyy lähes kaikissa muissa osastoissa: Kulttuuri 25 mainintaa, Sunnuntai ja Urheilu 15, Kaupunki kymmenen, Päivän lehti seitsemän, Pääkirjoitus neljä, Kuukausiliite viisi sekä Matka, Talous, Teknologia, Tiede ja Ura kolme mainintaa ja Lasten uutiset kaksi mainintaa. Ylen uutisien aihetunnisteita ei kannata analysoida määrällisesti epäyhtenäisen tunnisteiden käytön takia, mutta eniten mainintoja löytyy kategorioista Ulkomaat ja Kotimaa, molemmista 17 kappaletta. Aineiston analyysissä olen kirjoittanut uutisten otsikon ja päivämäärän lisäksi myös osaston tai aihetunnisteen, sillä tämä antaa lukijalle lisätietoa artikkelin tyylilajista.

Valtaosassa molempien medioiden aineistoa selfie esiintyy neutraalissa merkitysyhteydessä. Numeraalisten arvojen erittelyn lisäksi kiinnostavampaa onkin tulkita sitä, missä asiayhteyksissä selfiestä puhutaan ja miten, ja mitä tästä voi päätellä median asenteista selfien suhteen. Ei ole kuitenkaan syytä olettaa, että olen onnistunut tulkitsemaan uutisten positiivista, negatiivista tai neutraalia sävyä täysin puolueettomasti, olihan ennakko-oletukseni uutisoinnista se, että selfie esiintyy artikkeleissa varsin negatiivisissa yhteyksissä. Artikkelit ovat monitulkintaisia ja usein selfie esiintyy otsikossa negatiivisessa valossa ja itse artikkelissa neutraalimmassa tai jopa positiivisessa yhteydessä.

Aineistossani Helsingin Sanomien artikkeleista 67 prosenttia käsittelee selfietä neutraalisti ja Ylellä vastaavasti 63 prosenttia. Negatiivisiksi tulkituin Helsingin Sanomista 27 prosenttia uutisista ja Yleltä 26 prosenttia. Vain 5 prosenttia Helsingin Sanomien aineistosta oli positiivista, ja Ylellä taas 10 prosenttia. Tulokset ovat siis samansuuntaisia molemmissa medioissa.

Olen tulkinnut neutraaleiksi uutisiksi selfie-sanan maininnat jotka eivät varsinaisesti kiinnity jutun aiheeseen, kuten ”Nuori karhu seurasi Venäjän rajan pinnassa, miten kuvaaja kävi ottamassa itsestään selfien rajavyöhykkeen merkiksi vedettyjä teippejä vasten” (Emonsa karkottama pentu opettelee karhunelämää, Yle17.8.2015/ Luonto) tai ”Ainakin haluan ottaa Juha Sipilän kanssa selfien.” (Juha Sipilä kätteli yli 600 kymmenvuotiasta kaikista kunnista – katso videolta miten lapset juhlivat Suomen itsenäisyyttä, HS 5.12.2017/ Kotimaa). Usein selfietä käsitellään neutraalissa yhteydessä turismin, julkisuuden ja fanikulttuurin sekä jopa sosiaalisen median ilmiöitä käsittelevissä jutuissa. Artikkelit, joissa kuvituskuvana on valokuva selfien ottamisesta muodostavat osan neutraaleista maininnoista, Helsingin Sanomissa 8 prosenttia ja Ylellä 10 prosenttia. Lisäksi Ylen artikkeleista kuudessa on käytetty

kuvituskuvana haastateltavan tai artikkelin päähenkilön itse ottamaa selfietä. Tulkitsen ja erittelen tarkemmin artikkeleiden toistuvia teemoja seuraavassa analyysiluvussa.

”Louhivaaran mielestä hänen kurssilla ottamansa oma kuva on vastakohta selfielle, joka on maailmaa kohti käännetty kuva ja jonka tarkoituksena on vain esitellä kuvan ottajaa itseään” (”Sanon aina, että olkaa äitejä itsellenne” – Muotokuvaaja Leena Louhivaara opettaa suomalaisia katsomaan itseään rakastavasti, HS 29.1.2017/Kulttuuri). Jutussa haastateltu valokuvaaja Louhivaara antaa ymmärtää, että ainoa mahdollinen tulkinta selfiestä on narsistinen itsensä esittäminen, toisin kuin ”oikea” valokuva, omakuva, joka välittää rehellistä tunnetta ja aitoa hyväksyntää itseä kohtaan. ”Minusta ne (selfiet) ovat aika järkyttäviä. Siinä omaa minää rakennetaan sen kautta, että tältä minä haluan näyttää, ei sen kautta, että kuka minä todella olen. Sen sijaan omakuvassa ollaan ilman roolia.”

Olen luokitellut negatiivisiksi artikkelit, joissa varoitellaan selfeiden ottamisen vaaroista, liitetään ne yksipuolisesti narsismiin, itseriihtoisuuteen, pinnallisuuteen, häiritsevään tai ei-toivottuun julkisuuteen, onnettomuuksiin ja kuolemiin, sekä artikkelit joissa selfie toimii nykyajan symbolina negatiivisessa mielessä. Usein jutuissa puhutaan myös ”selfiekulttuurista” negatiivisesti. Selfiekulttuurin symbolinen esine on tietenkin selfiekeppi.

”Teinit – ja aikuisetkin – julkaisevat taatusti jatkossakin itsestään kuvia, joilla haluavat hyväksyntää. Eikä siinä mitään, Sarvaksen mielestä selfiet ovat ihana asia.” (Kauniit menestyvät ja se on väärin, sanoo Saara Sarvas – Suositettu kauneusbloggaaja lopetti bloginsa, hylkäsi ulkonäköpaineet ja tuntee nyt itsensä vapaaksi, HS 7.6.2017/ Elämä). Positiivisia sävyjä on löydettävissä muun muassa artikkeleista, jotka käsittelevät selfien merkityksiä vastakulttuurin näkökulmasta, kuvaamisen nostattavia vaikutuksia itsetuntoon tai yksinkertaisesti kuvailevat selfien ottamista ja jakamista hauskaksi teoksi arjessa tai juhlassa.

Helsingin Sanomien artikkeleissa naiset ovat toimijoina 11:sta prosentissa, miehet 15:sta prosentissa ja lapsia tai nuoria käsittelee kuusi prosenttia aineistoni artikkeleista. Ylen aineistossa naistoimijoita oli 10 prosenttia samoin kuin miehiä, ja lasten ja nuorten osuus oli hieman korkeampi, 13 prosenttia. Aineistoa ei voi siis kuvailla erityisen sukupuolittuneeksi prosenttilukujen valossa. Kategoriaan muut, Helsingin Sanomilla 68 prosenttia ja Ylellä 77 prosenttia, on laskettu artikkelit joissa selfie esiintyy passiivissa, toimijoina on sekä nainen tai mies tai toimijoiden sukupuolta ei voi päätellä, kuten fanit tai turistit. Artikkeleissa selfien ottajina esiintyvät myös Rosetta-luotain ja ”selfie-apina”, sulawesinmakaki Naruto, jonka tekijänoikeuksista kiisteltiin pitkään oikeudessa.

Tutkimuskysymykseni on: Missä asiayhteyksissä selfiestä kirjoitetaan mediassa ja miten, ja mitä uutisoinnista voi päätellä? Media-aineiston uutiset ovat aihepiiriltään moninaisia. Analysoin niitä runsain esimerkein ja esseistisellä otteella. Aineistoa kerätessäni merkitsin muistiin avainsanoja artikkeleiden sisällöstä ja suhtautumisesta selfiein. Huomioitavaa on, että avainsanojen avulla tehdyt määritelmät eivät ole eksklusiivisia. Esimerkiksi Ylen uutisen ”Jalkapallokuume nousee Berliinissä – vaha-Merkel valmiina selfiekaveriksi” (7.6.2016/ Ulkomaat) olen kuvaillut avainsanoilla maininta, turismi ja fanikulttuuri. Muita mahdollisia kategorioita jutulle voisivat olla myös vaikkapa urheilu, julkisuus tai politiikka.

Helsingin Sanomat mainitsee selfien aineistoni aikavälillä 2.1.2017-15.1.2018 lähes joka toinen päivä. Aloitan pohtimalla mikä on syynä siihen, että selfie mainitaan niin usein artikkeleissa, joiden aihe ei sitä välttämättä vaatisi. Erittelen löytämiäni yhtäläisyyksiä maininnoista: selfien todistusvoima, merkittävä hetki ja selfie merkinä ajankohtaisuudesta. Aineistossani on mukana maininnat, joissa selfie esiintyy kuvatekstissä. Mainintojen jälkeen käsittelen yleisimpiä artikkelien aihepiirejä, fanikulttuuria ja julkisuutta sekä turismia ja matkailun edistämistä.

Olen valinnut aineistosta teemoja, jotka koin erityisen kiinnostaviksi joko artikkelien asenteellisuuden tai kuvakulttuurin kannalta. Näitä ovat selfiein liitetyt onnettomuudet ja kuolemat sekä artikkelit, joissa käsitellään kuvaimisen sosiaalisesti hyväksytyn käytöksen rajoja. Uutisointi Turun puukotusten yhteydessä toimii esimerkkitapauksena kertomuksellisen journalismin lajityypistä ja siihen liittyvistä ongelmista.

Harvat positiivisia merkityksiä kantavat artikkelit pääsevät esiin luvussa *Selfien hyvät puolet ja vastakulttuurien mahdollisuus*. Seuraavaksi esittelen yksityiskohtaisesti millaisille tutkimuksille liikenee palstatilaa ja miten tutkijoiden kommentteja hyödynnetään selfiestä kirjoitettaessa. Lopuksi pohdin vielä sitä, mitä oikeastaan uutisissa oikein tarkoitetaan kun puhutaan selfie-kulttuurista.

Aineistostani noin yksi viidesosa sekä Helsingin Sanomien että Ylen uutisista ovat artikkeleita, jossa selfie ei liity jutun varsinaiseen aiheeseen, vaan se mainitaan ohimennen erilaisissa yhteyksissä. Miksi ja mihin tällä pyritään? Määrällisesti Ylen artikkeleista noin 20 prosenttia ja Helsingin Sanomien artikkeleista noin 15 prosenttia on varsinaiseen asiasisältöön liittymättömiä mainintoja selfiestä. Toimijoina ovat usein poliitikot tai heidän kohtaamansa ihmiset, turistit, urheilijat ja muut julkisuuden henkilöt sekä näiden fanit.

Ensimmäinen ajatukseni siitä miksi selfie mainitaan niin usein oli, että selfie-sanaa kenties käytetään artikkeleissa tarkoittaessa yleisemminkin valokuvausta, tai ainakin mobiilikuvien ottamista. Tutkin tätä väittämää selfien merkityksen laajentumisesta tarkastelemalla Helsingin Sanomien uutisointia joulukuun 2017 ajalta yksityiskohtaisemmin. Joulukuun uutisoinnissa selfie mainitaan 12 kertaa, ja ”valokuva” -verkkohaulla tuli peräti 94 tulosta. Epäilykseni selfien merkityksen laajentumisesta valokuvan synonyymiksi osoitautui siis vääräksi. Uutisista vain kolme oli samoja kuin varsinaisessa aineistossani, eli artikkeleita joissa mainitaan sekä sanat ”selfie” että ”valokuva”.

Kiinnostavaa kuitenkin oli, että tarkastelukuukaudelta haulla ”kännykkäkuva” tulokseksi tuli vain kuusi artikkelia ja haulla ”mobiilikuva” ei yhtään. Haulla ”kännykkä” löytyi yksi valokuvausta käsittelevä artikkeli (Lähtisitkö matkalle ilman kameraa? Näillä ohjeilla otat hyviä matkakuvia puhelimella, HS 16.12.2017/ Teknologia) ja haulla ”älypuhelin” samoin yksi (Suuria ja pieniä kuvia Suomesta, HS 17.12.2017/ Mielipide). Valokuvauksen esiintymistä artikkeleissa toimintana voinut tutkia vielä tarkemmin hakusanoilla ”ottaa kuva”, ”valokuvata” tai muilla yleiskielisillä ilmauksilla.

Vaikka selfie ei artikkeleiden kielenkäytössä korvaakaan puhetta valokuvasta, siitä kuitenkin kirjoitetaan useammin kuin mobiilikuvauksesta. Yhden kuukauden tarkastelujakso on kuitenkin lyhyt ja aineistona liian suppea tarkempien johtopäätösten tekemiseen, ja sitä laajeneeko selfie merkitsemään mobiilikuvausta yleisemmällä tasolla tulisi analysoida laajemmalla otoksella.

Aineistostani löytyy esimerkkejä, joissa sanan selfie olisi voinut korvata yleisemmällä termillä valokuva. Ne liittyvät usein valokuvan käyttöön todistena, kuten Mount Everestin huipun romahtamista käsittelevä uutinen, jossa arvellaan romahtamisen tapahtuneen maanjäristyksessä kaksi vuotta ennen kuin siitä saatiin kuvatodiste. ”Romahdusta vahvistavaa valokuvaa ei aiemmin ole ilmaantunut julkisuuteen. Ei edes selfietä.” (Kiipeilijän kuva todistaa: Osa Mount Everestin huipusta romahti – ”Se oli mahtava kiviseinämä, jonka tilalla on nyt löysää kivimurskaa ja muuta maaperää”, HS 21.5.2017 / Ulkomaat).

Selfiet todistavat esimerkiksi tosirakkauden puolesta lumeliittoepäilyä vastaan: ”Yhteisiä selfeitä kotona ja autossa, kuvia aamiaisista, eväretkistä ja askarteluista keittiön pöydän ääressä.” (Fawwaz meni naimisiin suomalaisen kanssa, Migri epäili lumeliittoa – näin virkamiehet selvittävät, onko kyseessä tosi rakkaus, HS 12.3.2017/ Sunnuntai), tai toisaalta ne voivat jäädä puuttumaan, kuten sydäntä kylmäävässä artikkelissa ”Paavi Franciscuksen tylytys seksuaalisen hyväksikäytön uhreille tyrmistyttää Chiessä” (Yle 19.1.2018 / Franciscus). Hyväksikäytön uhri Juan Carlos Cruz kommentoi paavin lausuntoa todisteiden puutteesta: ”Ihan kuin minä olisin voinut ottaa selfien tai valokuvan siitä, kun Karadima käyttää minua ja muita hyväkseen ja Juan Barros seisoo katselemassa sitä.”

Mobiilikuvat ovat myös auttaneet rikosten selvittämisessä. Tästä kuuluisin tapaus lienee Bostonin maratonin pommi-isku vuonna 2013, jossa viranomaiset pyysivät paikalla olleiden kuvia käyttöönsä ja niiden avulla tunnistettiin epäillyt. Isku tapahtui maratonin maaliviivan tuntumassa ja tästä syystä kuva-aineistoa oli paljon saatavilla, sillä läheiset olivat kannustamassa ja kuvaamassa juoksijoita. Aineistostani löytyy esimerkki Turkista, jossa epäilty tunnistettiin hänen itse sosiaaliseen mediaan jakamansa kuvan avulla (Turkki: Istanbulin yökerhoampuja on tunnistettu HS 4.1.2017/ Ulkomaat). Joka paikassa läsnä olevasta mobiilikuvasta on siis myös hyötyä.

Sosiaaliseen mediaan jaettu selfie voi toimia todistusaineistona paitsi kuvasisältönsä puolesta, myös paikkatunnistetiетоjen eli geotagejen kautta. Julkaistut kuvat ovat paljastaneet muun muassa Venäjän joukkojen liikkeitä Ukrainassa 2014 ja lisääntyneen sotilaallisen läsnäolon Syyriassa 2015. (Venäjä haluaa kieltää sotilailta sosiaalisen median – Selfiet ovat kertoneet joukkojen liikkeistä esimerkiksi Ukrainassa, HS 5.10.2017 /Ulkomaat).

Paikkatunnistetiетоjen ja muun metadatan merkitys on tutkija Risto Sarvaksen (2014) mukaan oleellisempi ominaisuus kuin niiden varsinainen kuvasisältö. Metadata on Sarvaksen mukaan mobiilikuvien tärkein ja ennen

kaikkea kaupallisesti merkittävin piirre, sillä metatiedon avulla muun muassa kohdennetaan markkinointia (Mt.). Mikäli Sarvas on oikeilla jäljillä metadatan suhteen, onkin kenties hieman yllättävää että metadata esiintyy aineistossani vain yhden kerran lähes kolmestasadasta tarkastelemastani artikkelista.

Kuvan sisältämä metadata kuten kuvausaika tai paikka tuo mobiilikuvan todistusvoimaan uuden ulottuvuuden. Metadata on teoriassa muokattavissa, mutta luottamus tietojärjestelmien tuottaman tiedon oikeellisuuteen on kulttuurisesti vahvaa. Suomessa oikeusprosessissa todisteiden merkittävyyden ja painoarvon päättää tuomioistuin, ja tämä koskee myös metadataa (Riekinen, 2016, 80).

Aineistossa selfien todistusvoimaan liittyviä artikkeleita on Helsingin Sanomissa noin 8 prosenttia ja Ylellä 9 prosenttia, eli kyse ei ole kovin yleisestä sanan merkityksestä aineistossa. Valokuvan tehtävä todisteena, dokumenttina ja todellisuuden kuvaajana on kuitenkin historiallisesti sen merkittävien käyttötarkoitusten. Selfie onkin oikeastaan ihanteellinen todisteena, sillä se esittää kuvasisällössään sekä toimijan eli kuvan ottajan ja ympäristön.

Merkittävä hetki

Mitä toimittaja tavoittelee mainitessaan selfien ottamisen eduskuntatalon remonttia käsittelevän uutisen yhteydessä? Jutussa kerrotaan kansanedustajien muutosta väistötiloista eduskuntataloon kansanedustaja Petri Honkonen näkökulmasta, joka on työskennellyt aiemmin vain väistötiloissa. ”Arto Pirttilahti menee salissa moikkaamaan Honkosta ja ottaa selfien. Paikalla on kourallinen edustajia, joita istuntoasiainneuvos Johanna Sarhimaa opastaa puhemiehen korokkeelta. ’Nyt on tarkoitus aloittaa testi-istunto. Kaikki toimii kuten oikeassa istunnossa’, Sarhimaa sanoo.” (”Juukelin hyvä’, sanoi keskustan Petri Honkonen takarivin paikastaan – eduskunta palasi remontoituun taloonsa, moni uusi edustaja hämmästeli loistoa HS 5.9.2017 / Poliitiikka). Kirjoittaja korostaa maininnallaan selfien ottamisesta, että muutto vastaremontoituun eduskuntataloon on kansanedustajille merkittävä tapahtuma.

Yle uutisoi jääkiekkoseura Ässien toimitusjohtajasta Eeva Perttulan: ”Pukukopissa varusteiden pukeminen keskeytyy selfien ottamiseen” (”Ässien toimitusjohtaja Eeva Perttulan kotona ei puhuta lätkeä: ’Moni kiekkopomo on polttanut itsensä loppuun’» Yle 10.9.2017/ Jääkiekko). Artikkelia varten Perttula puetaan jääkiekkovarusteisiin ja pääkuvana on kuva hänestä ottamassa selfiä. Artikkelin asetelma jossa jääkiekkoon ennen toimitusjohtajaksi valintaansa perehtymätön nainen viedään kaukaloon avautuisi helposti kriittisille feministisille tulkinnoille. Tekstissä kuitenkin

käsitellään naiseutta monipuolisesti ja suhtaudutaan kriittisesti median kiinnostukseen harvinaista naisjohtajaa kohtaan. Toisaalta artikkeli tuntuu itse syylistyvän kritisoiomaansa näkökulmaan. Jos jääkiekkoseuran uusi toimitusjohtaja olisikin vähemmän kuvauksellinen, kenties keskivartaloliha keski-ikäinen mies, perinteinen jääkiekkopomon arkkityyppi, olisiko haastattelua edes tehty? Ja olisiko mahdollinen selfien ottaminen nostettu sekä tekstiin sekä pääkuvaan, jos kyseessä ei olisi kuvauksellinen nainen?

Perttulan jääkiekkovarusteiden pukeminen keskeytyy selfien ottamiseen, eli kuvaaminen vie huomiota pois ensisijaisesta toiminnasta. ”Edellisen keran Eeva Perttula veti luistimet jalkaan seitsemän vuotta sitten. Ja nekin olivat kaunoluistimet. Silti hän ei nikottele hetkeäkään, kun hänet haastaa testaamaan maalintekoa jääkiekkovarusteissa (Mt.).” Perttula kokee tulkintani mukaan kiekkovarusteiden pukemisen kiinnostavaksi tilanteeksi, ja ottaa selfien sen tallentaakseen. Mainittujen esimerkkien kaltaisia tapahtuman merkittävyyttä alleviivaavia mainintoja selfien ottamisesta löytyy aineistosta runsaasti.

Heli Rantavuon tekemän mobiilikuvausta käsittelevien tutkimuksien yhteenvedon mukaan mobiilikuvia otettiin ja jaettiin eniten arkisissa tilanteissa ja erityisen merkittävissä paikoissa. Kuvausintentiona oli dokumentoida jotain itselle tai muille tai muistaa jokin tietty tilanne paremmin. Kuvia otettiin Rantavuon mukaan myös visuaalisiksi muistiinpanoiksi ja vitseiksi. (Rantavuo, 2008, 17). Seija Ulkuniemen mukaan kuvat täyttävät dokumentointitehtävää, kun ne tallentavat merkittäviä tapahtumia ja tärkeitä ihmisiä. Kuvia käytetään muutoksen ja vallitsevan tilan dokumentointiin ja niillä viestitään sosiaalisesta menestyksestä ja saavutetusta statuksesta. (Ulkuniemi, 2005, 156). Kuvat myös rakentavat visuaalista henkilöhistoriaa ja toimivat näin identiteetin rakennuskeinoina (Mt. 158).



"Pukukopissa varusteiden pukeminen keskeytyy selfien ottamiseen." (Ässien toimintusjohtaja Eeva Perttulan kotona ei puhuta lätkää: "Moni kiekkopomo on polttanut itsensä loppuun", Yle 10.9.2017, Kuva: Mari Kahila/ Yle)

Selfie merkinä ajankohtaisuudesta

Yle uutisoi Rooman kulttuurikohteiden ylläpitämiseen ja kunnostamiseen vaadittavaa rahoitusta varten suunnitelluista viihdetapahtumista ja niiden herättämästä vastustuksesta niin paikallisten kuin turistienkin keskuudessa. “Nykyään areena (Colosseum) toimii turistinähtävyytenä ja yhteen kolisevat miekkojen sijaan tuhansien turistien selfie-kepit.” (Palaavatko gladiaattorit Colosseumille? Rooma aikoo palauttaa kuuluisimman nähtävyytensä viihdekäyttöön, Yle 31.7.2017/ Rooma). Selfiekeppi symbolisoi tässä artikkelissa sekä nykykulttuuria että massaturismia.

”Kalastajat nauravat kannella, ottavat aurinkoa ja selfieitä.” (Inarin Suolisvuonon rannalla asuu mies, joka hakee postinsa soutaen kolmen erämaajärven takaa – Veikko Paltto, 77, on alueella myyttinen hahmo, joka palasi Ranskan-reissulta kotitilan hiljaisuuteen, HS 13.8.2017/ Kotimaa). Artikkelissa mystifoidaan erakko ja poromies Veikko Palton perinteistä elämäntyyliä ja mainitaan muun muassa, että hän omistaa matkapuhelimen muttei koskaan kanna sitä mukanaan, vaan säilyttää sitä tuvan pöydällä. Selfieitä ottavat vapaa-ajankalastajat isoine veneineen ja monine vapoineen edustavat modernia maailmaa, josta Palto ei halua olla osallisena. Artikkelissa kalastajat ovat toisia, Palton elämämpiiriin kuulumattomia vieraita. Selfien ottaminen rinnastetaan auringon ottoon ja nauruun, eli se on huoletonta ja onnellista vapaa-ajan toimintaa, ja merkki modernista elämäntyylistä.

Nimikirjoituksen kuolema - Julkisuus ja fanikulttuuri

Yleisin aihepiiri uutisaineistossani oli julkisuuteen ja fanikulttuuriin liittyvät maininnat ja artikkelit, Helsingin Sanomien aineistosta peräti 44% ja Ylellä 26%. Selfiä käsitellään artikkeleissa yhteydessä julkisuuteen useista eri näkökulmista. Toisaalta julkisuuden henkilöt kuten poliitikot ja urheilijat poseeraavat yleisön tai ihailijoidensa seurassa, ja toisaalta selfieitä jonotetaan ja niitä keräillään tai jopa metsästetään samaan tapaan kuin aiemmin nimikirjoituksia. Yle haastatteli aiheesta nimikirjoitusten kerääjä Tomi Lindblomia, joka pohtii kokoelmansa arvoa ja keräilykulttuurin muutosta: ”Se (selfien ottaminen) on tietyllä tavalla jännä, egoistinen muutos. Ennen todisteena julkisuuden tapaamisesta oli nimmari, nyt se on valokuva. Keräilyn kannalta selfiet ovat arvottomia.” (Eikö Teemu Selänne olekaan kuningas? Nimikirjoituksia myydään pilkkahintaan, Yle 24.10.2016/ Kotimaa).

Lasten ja nuorten fanikulttuurista uutisoitaessa selfien haluaminen esiin-
tyy artikkeleissa usein varsin negatiivisessa yhteydessä. Ihailijat häiritsevät

julkisuuden henkilön yksityisyyttä liiaksi silloin kun hän haluaisi olla rauhasa. He ovat karrikoidusti ”alati lahkeessa roikkuvia selfien ottajia” (Cheek vaihtaa alaa – lääkäreille, raksapomoille ja puhelinmyyjille olisi nyt kysyntää, HS 19.11.2017/ Sunnuntai.) Tilanteen ollessa järjestetty fanitapaamista varten selfieitä jonotetaan nolosti. ”Mihin tahansa veljekset tällä hetkellä menevätkin, kirkuvat fanilaumat tekevät mitä vain yhdestä selfiestä heidän kanssaan.” (Marcus ja Martinus potkivat futista keikkakiireen keskellä – ”Meillä on jalkapallo mukana joka paikassa”, HS 17.11.2017/ Lasten uutiset). ”Lahjoja, kirkumista ja yhteiskuvia – korvatulpille on käyttöä kun fani kohtaa tuihattajan” uutisoi Yle TubeCon- tapaamisesta (29.4.2017/ YouTube). ”Halaus, tapaaminen, selfie ja pieni lahja, siinä on kiteytettynä se mitä Meet & Gree-teissä tapahtuu.” (Mt.).

Selfien ottaminen julkisuuden henkilön kanssa ei olekaan noloa, jos henkilö on nuorisoidolin sijaan positiivista roolimallia edustava ja karismaattinen vanhempi nainen, kuten Ranskan presidentin puoliso Brigitte Trogneux. ”Sadat kaupunkilaiset haluavat ottaa Brigitten kanssa selfien tai vaihtaa hänen kanssaan sanasen.” (Brigitte on nostanut monen naisen itsetuntoa – Ranskan presidentin 64-vuotias vaimo ei suostu seinäruusuksi vaan saa kohta lisää valtaa, Yle 16.7.2017/ Ensimmäinen nainen). Pyyntö selfieen voi myös olla positiivinen kunnianosoitus vaikuttavasta urasta, kuten tässä artikkelissa Linnan juhlista: ”Seela Sella yllättyi Linnassa, kun jääkiekkolija Teemu Selänteen puoliso Sirpa Selänne halusi ottaa selfien näyttelijän kanssa” (HS 6.12.2017/ Kotimaa).



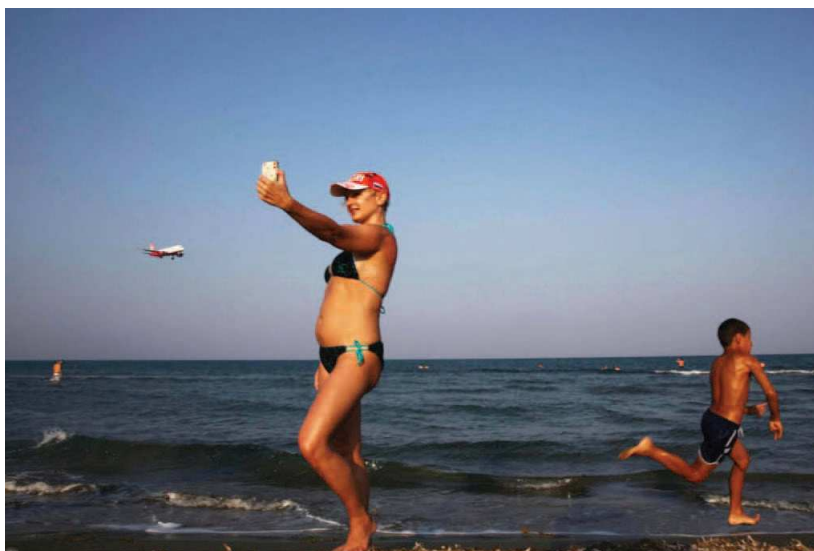
Julkisuus ja fanikulttuuri oli artikkelien yleisin aihepiiri. Nuoret esitetään artikkeleissa usein selfieitä metsästäväinä ryhmänä. (Kuva: Tuomo Björksten/ Yle)

”Turismi näkyy ja kuuluu: Kaarlensillalla, vanhankaupungin kaduilla ja au-kiolla sekä linnan ympäristössä liikkuu ruuhkaksi asti matkailijoita kame-roineen ja selfie-tikkuineen. (Pitkä viikonloppu Prahassa – näihin paikkoihin kannattaa tutustua perusnähtävyyksien lisäksi, HS 18.3.2017/ Matka). Tu-rismi ja matkailun edistäminen oli aineistossani toiseksi yleisin toistuva aihe-piiri, Helsingin Sanomissa 21 prosenttia ja Ylellä 26 prosenttia artikkeleista. Prosenttilukuihin on laskettu mukaan myös maininnat.

Perhevalokuvausta tutkineen Seija Ulkuniemen mukaan lomamatkoilla kuvaaminen on ollut suosittua kaiken ikäisten parissa ja lomalla kuvaaminen on ikään kuin matkailijan työtä (Ulkuniemi 2005, 2005, 151). Massaturismi yleistyi Suomessa 1960-luvun lopulla ja lomaan syntyi kulutussuhde. Kuvaaminen etäännytti arjesta ja kuvauskohteet edustivat epätavallista elämää kaukana kotoa. Nähtävyyden edessä poseeraaminen oli tapa ottaa vieras näkymä haltuun ja viesti osallistumisesta paikan tarjoamiin kokemuksiin. Kuvaamalla symbolisen arvon saavuttaneessa paikassa merkittiin hetki ainutlaatuiseksi. (Mt. 115-117).

Aineistoani tutkiessa tulee pahimmillaan tunne, ettei Helsingin Sanomis-sa ole sallittua kirjoittaa matkailusta mainitsematta turistilaumoja tai loppu-mattomia turistivirtoja, jotka sohivat selfiekepeillään ja läsnäolollaan piinaa-vat matkakohteita. Matka-artikkeleiden tehtävänä onkin auttaa sitä hieman tietoisempaa ja parempaa turistia välttämään nämä vastenmieliset selfieitä ottavat laumat. Toisin kuin Helsingin Sanomista, Ylen aineistosta sen sijaan löytyy vain yksi uutinen jossa selfiekepit heiluvat (Kerran elämässä päiväk-si Suomeen: Mitä kiinalainen turisti täältä etsii – ja löytääkö hän sen?, Yle 10.7.2016/ A-studio).

Massaturistin arkkityyppi onkin uutisoinnin valossa selvä: kuuluisan nähtävyyden edessä selfietä ottava matkailija selfiekeppi tunnusmerkinään. Milanossa massaturismin ongelmat ovat johtaneet jopa selfiekeppien väli-aikaiseen kieltoon. ”Viime vuosina varsinkin turistien parissa suosiota saa-vuttaneet selfiekepit herättävät muissa ihmisissä usein närkästystä. Eräänlai-sena modernin itsekeskeisyyden symbolina pidetty valokuvauksen apuväline on nyt johtanut tositoimiin Italian Milanossa. Kaupunginvaltuuston tuoreen linjauksen mukaan selfiekepin käyttö on kiellettyä useilla suosituilla turisti-alueilla, kertoo verkkojulkaisu The Local. Päätöksen toivotaan johtavan sii-hen, että turistit ottavat vilkkaassa kaupungissa paremmin huomioon muut ihmiset.” (Milano kielsi turisteilta selfiekepin – kaupunki pyrkii myös hillitse-mään roskausta, HS 20.7.2017/ Ulkomaat).



Kuva: Yiannis Kourtoglou/ Reuters



Kuva: Ville Honkonen

Turistin kuvien esikuvana toimii hänen kohteesta ennalta näkemänsä kuvas-to, kuten esitteet ja postikortit. Turistit etsivät ja kuvaavat näkymiä, joita matkailuteollisuus on heille tarjonnut, eli olemassa olevat kuvat osoittavat mikä on valokuvauksellista ja mitä kannattaa kuvata. Kuvauskohteita paitsi osoitetaan, niitä myös rekonstruoidaan ja rakennetaan turismia varten. (Ul-kuniemi, 2005, 118)

“Tunturipuron kuvalla ja äänimaisemalla varustetut vesihanat terminaali-lien auloissa päätyisivät miljooniin selfieihin.”, visioidaan Helsingin Sano-mien mielipidepalstalla (Lentokentän juomavesihanat paremmin esille, HS 9.6.2017/ Päivän lehti/ Mielipide). Matkailu on Suomessa merkittävä teolli-suudenala ja kasvavaa liiketoimintaa (Visit Finland, 2018). Toinen turismiin ja selfieen liittyvä aineistosta erottuva artikkelien aihe onkin turismin edistä-minen sosiaalisen median avulla.

Sosiaalisen median vaikutus matkailuun on verrattain uusi ilmiö. Julki-suuden henkilön selfien voi kuvanjakosovellus Instagramin kautta nähdä miljoonat ihmiset. On vaikea kuvitella miten perinteisemmällä mainosstrate-gioilla päästäisiin vastaavanlaiseen näkyvyyteen. ”Matkailua edistävän Visit Finlandin johtaja Paavo Virkkunen kutsuu tätä ‘prominentiksi referenssiksi’. Sen voi suomentaa vaikkapa julkkissuosituksiksi.” (Intialaisen superjulkki-k-sen selfie hangessa Rovaniemellä on pieni jättipotti suomalaiselle matkailulle – tajutaanko sitä täällä tarpeeksi hyvin?, HS 25.12.2017/ Kotimaa).

Turisteja houkutellaan rakentamalla erityisesti selfieiden ottoon suunnitel-tuja paikkoja, ja pyritään näin saamaan matkakohteelle lisää näkyvyyttä so-siaalisessa mediassa, kuten esimerkiksi Suomen ja Ruotsin rajalla Torniossa: “Pyritään tuomaan raja esille elämyksellisenä kohteena, jossa matkailija voi vaikka ottaa selfien olemalla yhtä aikaa sekä Suomen ja Ruotsin puolella, Lo-kio sanoo.” (Tornion Suensaaren eteläkärkeen halutaan liike-elämää – rajaa tuodaan esille elämyksellisenä kohteena, Yle 10.1.2017/ Suomen ja Ruotsin raja).

Aina matkailunedistäjien suunnitelmat eivät kuitenkaan miellytä, kuten Porvoossa, jossa suunniteltiin kirjainkylttiä sosiaalisen median näkyvyyden parantamiseksi: ”Porvoo aikoo rakentaa suuren kyltin selfeitä varten kuului-saan jokirantaan – asukkaat pelkäävät maiseman turmeltuvan: ’Jos sinne nyt tulee kyltit, mitä tulee seuraavaksi?’” (HS 11.7.2017/ Kotimaa). Helsingissä järjestettyjen koripallon EM-kisojen aikaan pakolaispolitiikkaa muuttamaan pyrkivä mielenosoitus pilasi Suomen Koripalloliiton kirjainkyltin mainosar-von, kun turvapaikanhakijoiden ja heidän tukijoidensa Oikeus elää- liike lei-riytyi Rautatientorille mainoksen eteen (Turvapaikanhakijoiden leiri peittää

koripallon EM-kisojen jättimainoksen – Koripalloliitto pelkää joutuvansa ”poliittiseksi pelinappulaksi”, eikä tohdi tehdä mitään, HS 11.5.2017/ Kaupunki). Sen suurempaa vastakkainasettelua kuin yksi Helsingin Sanomien artikkeli asiasta ei kuitenkaan virinnyt.

Matkailua voisi Helsingin Sanomien mukaan edistää jopa keksimällä uusia, kuvauksellisia kohteita selfieitä varten. Lumen ja joulupukin sijaan kiinalaisturisteille kannattaisi toimittajan mukaan markkinoida rypseltoja, joissa kuvata itseään. ”Rypsi voisi olla huikea matkailuvaltti, sillä Kiinassa turistit maksavat pääsymaksun keltaisille pelloille”. ”Sitten vain selfiekeppi ojaan ja hymyä!” (HS 2.4.2017 / Sunnuntai). Kuvauksellisten paikkojen osoittaminen turisteille ei ole uusi ilmiö, mutta artikkelien valossa matkailunedistysstrategiat kuulostavat melko kömpelöiltä. Valokuvaaminen vaikuttaa matkakoh-teisiin ja aiheuttaa kulttuurisia muutoksia (Ulkuniemi, 2005, 119). Tilanteiden lavastamisen vaarana on Ulkuniemen mukaan, että kohteet muuttuvat stereotyyppisiksi ja tuottavat toiseutta.

”Leninin ja Stalinin kanssa halutaan selfie – Lenin-museo vetää väkeä Tampereella” (Yle 22.6.2016/ Museot). Myös museot ovat havahtuneet tavoittelemaan sosiaalisen median jakoja strategioissaan ja hyödyntävät selfietä osana toiminnallisempaa museokokemusta. ”Myös selfien aikakausi on Artsissa läsnä. Artsin avajaisissa kävijöille jaettiin kumileimasimia, joissa lukee Artsi. Taidemuseo toivoo, että ihmiset löisivät kumileimasimella Artsin nimeä ympäri maailmaa ja ottaisivat sen edessä itsestään selfien.” (My name is Artsi – taidemuseon avajaisissa henkilökunta laittoi itsensä likoon ja mutsi sai kruunun, Yle 25.2.2016 / Kulttuuri).

Törttöily ja tapaturmat

Selfie kiinnostaa ilmiönä laajalti, sillä se tuntuu olevan nykykulttuurin tai ajan hengen vertauskuva. Oletukseni on, että selfien ottamiseen liittyvien tapaturmien todellinen määrä on hyvin pieni suhteessa uutisoinnin määrään, ja kyse on enemmänkin negatiivisuuden painottumisesta uutiskriteerinä. Tilastollisesti tätä on kuitenkin vaikea todistaa.

Erityisesti lasten ja nuorten ollessa kyseessä uutisointiin vaikuttanee vanhempien huoli ja puutteellinen tieto muuttuvasta mediaympäristöstä. ”Voi olla, että mediankäytön määrä arvioidaan korkeaksi myös siksi, että se aiheuttaa huolta. Lasten mediankäyttöön liitetään helposti erilaisia negatiivisia uhkakuvia ja jopa moraalisia paniikkeja. Jo ensimmäisellä tutkimuskierroksella vuonna 2007 vanhemmat kuvailivat median eräänlaisen autenttisen lapsuuden haastajaksi. Pihaleikit ja kavereiden tapaaminen tuntui usein ai-

kuisista oikeammalta tai kannatettavammalta tekemiseltä kuin netissä tai verkkopeleissä ystävien kanssa puuhastelu.” (Noppari, 2014, 22)

”Viime syksynä huomattiin, että nuoret ottivat selfeitä raiteilla. Kun koulut alkavat, tämän tyyppinen käyttäytyminen lisääntyy”, kertoo VR:n lähi-liikennejohtaja Teemu Sipilä (Raiteiden partaalla keikkuvat nuoret pakottavat junia hätäjarrutuksiin – veturinkuljettaja todisti nuorten ”rohkeuspeliä” Vantaankoskella, HS 31.8.2017/ Kaupunki). ”Pelastuslaitos kiireisenä: Selfie korkealla piipussa voi olla kohtalokas temppu”, uutisoi Yle (10.7.2016/ Kotimaan uutiset).

Yle on aineistoni perusteella erikoistunut uutisoimaan ahkerasti selfien vaarallisuudesta. Ylen 35:stä negatiivissävyiseksi tulkitsemastani artikkelista 13 keskittyy vaaroista varoittelemiseen. Tällaisen journalistisen linjan jäljet johtanevat Ylen lakisääteisiin tehtäviin. ”Selfie raiteilla voi tappaa rauhoitti temp-puulijoita – nyt huolestuttavat nuoret, jotka oikaisevat kiskoja yli”, uutisoi Yle (21.11.2017/ Rautatieliikenne). Artikkelissa esitetään, että Trafin 200 tykkäystä, vain yksi elämä- kampanja YouTube- videoineen olisi vähentänyt nuorten aiheuttamia vaarallisia tilanteita rautatieliikenteessä. Videon lyhyellä versiolla onkin lähes 17000 katselukertaa. Olettaisin, että vaarallisten tilanteiden vähenemiseen vaikuttaa kuitenkin enemmän sosiaalisen median haasteiden ja muoti-ilmiöiden lyhytikäisyys kuin kampanjointi tai Ylen varoitteleva uutisointi. Ylen uutiset saattavat toki tavoittaa ja todennäköisesti myös huolestuttaa nuorten vanhemmat, ja mahdollisten nuorten kanssa käytyjen keskustelujen kautta vaikuttaa vaaratilanteiden vähenemiseen.

Uutisoinnin perusteella voisi luulla, että vaarallisten sosiaalisen median muoti-ilmiöiden, niin sanottujen somehaasteiden, toteuttaminen on nuorten ja lasten uusi suosikkiharrastus. ”Selfien ottamisesta Suomen merimuseon harjalla on tullut lasten ja nuorten vaarallinen harrastus Kotkassa. Kuvia on jaettu jälkeenpäin sosiaalisessa mediassa.” (Ylistetty museokeskus panosti arkkitehtuuriin – nyt lapset kiipeilevät seiniä pitkin katolle, Yle 3.10.2016/ Kotka). ”Nuorten hurjat temput päätyvät nykyään kaikkien nähtäville – ja some palkitsee tykkäyksillä” (Yle 26.4.2016/ Kotimaa).

Sosiaalisen median vaarallisista haasteista varoittelevissa uutisissa haastellaan pelastusalan ammattilaisia, joita turha temppuilu kuormittaa tai vaihtoehtoisesti sosiaalisen median tai psykologian asiantuntijoita, jotka kommentoivat ilmiötä laajemmassa yhteiskunnallisessa kehyksessä. Kuin artikkelien sivujuonteena selfien vaarojen ja sosiaalisen median haitallisuuden päivittelyn lomassa asiantuntijat muistavat myös mainita, että kapinointi kuuluu nuoruuteen. ”Salokoski kuitenkin muistuttaa, että nuoren kehitysvaiheeseen kuuluu riskialtis käytös ja tabujen rikkominen. ” (Roikkua 100-metrissä mastossa tai istua lähestyvän junan edessä – Some yllyttää toinen toistaan ra-

jumpiin tempauksiin”, Yle 1.6.2016/ Kotimaa). Valitettavasti aineistostani ei löydy yhtään artikkelia, missä nuorilta itseltään olisi kysytty sosiaalisen median luomista paineista, kuvahaasteiden toteuttamisesta tai tykkäyksien tärkeydestä ja ainoastaan yhdessä artikkelissa kerrotaan sosiaalisen median käytöstä nuoren perspektiivistä (ks. Hei Hei Facebook, tällaisen sosiaalisen median nuoret saivat tilalle, Yle 15.9.2015/ Kotimaa).

Varoittelun lisäksi uutisoidaan selfien ottamisen aiheuttamista onnettomuuksista. Tapahtumat saattavat saada ironisiakin piirteitä, kuten Moskovassa pyöräilyturvallisuuden lisäämisen puolesta järjestetty tapahtuma, jossa selfiet johtivat kaatumisiin (Kymmenet tuhannet pyöräilijät valtasivat Moskovan keskustan, Yle 29.5.2016/ Ulkomaat). ”Selfietä ottanut mies tuhosi Lenin-patsaan Siperiassa – ‘Meistä tämä ei ole hauskaa’” (Yle 20.7.2015/ Ulkomaat). Artikkelissa kuvaillaan epäonnista Lenin-patsasta, jonka pää oli tuhoutunut jo aiemmin ja nyt vartalon tuhosi selfien ottaja, joka toimitettiin sairaalaan murtumineen. Molemmat patsasvandaalit olivat juovuksissa, ja mikäli patsaan tuhoutuminen ei olisi liittynyt selfien ottamiseen olisiko tapauksesta uutisoitu laisinkaan? Selfien ottamiseen liittyvä onnettomuus ylittää siis kansainvälisenkin uutiskynnyksen.

Selfie tappaa!

”Kiinalaismedia: Hurjia selfie-kuvia harrastanut mies putosi pilvenpiirtäjästä ja kuoli” (HS 11.12.2017/ Ulkomaat). ”Varo vähän! Ihan kaikkialla ei kannata yrittää selfieitä” (Yle 24.9.2016/ Ulkomaat). Selfien ottaminen voi johtaa kuolemaan, varoittelee erityisesti Yle lukijoitaan. ”Vene kaatui, juna ajoi yli – Maailman selfie-kuolemista noin puolet Intiassa” Yle 16.1.2016/ Internet). Edellä mainitut artikkelit ovat molemmat lähes suoraan käännetty Reutersin ja The Washington Postin samansisältöisistä uutisista.

Wikipediasta löytyy sivu (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_selfie-related_injuries_and_deaths), joka taulukoi selfien ottamiseen liittyvät vakavat onnettomuudet ja kuolemantapaukset ajalta 15.10.2011-9.2.2018. Sivun koostettu uutisoinnin perusteella, eikä virallisia tilastoja asiasta ole. Lähdelistassa on mainittu 175 uutista maailmanlaajuisesti. Taulukko on todella karua luettavaa. Se kuvaa lyhyesti onnettomuustilanteen ja aiheutuneet vammat jos henkilö on jäänyt eloon. Putoamisia, junan alle jäämisiä, selfietä varten sytytetty kranaatti, hyökkäävä elefantti, hukkumisia, kuvaamista liian lähellä tulipaloa, selfieitä ratissa ja niin edelleen.

The Guardianin mukaan vuodet 2013-2014 aloittivat ”selfievillityksen” ja vuonna 2015 selfien vaarat tulivat esiin (2015: The year of dangerous selfies,

28.12.2015/ Photography/ 2015 miscellany). Washington Post kertoo, että puolet vuoden 2015 27:stä selfien ottamiseen liittyvästä kuolemantapauksesta tapahtui Intiassa (More people died taking selfies in India last year than anywhere else in the world, Washington Post /Worldview 14.1.2016). Intian väkiluku oli vuonna 2015 noin 1,3 miljardia (The World Bank Data, 2018). Esimerkiksi liikenneonnettomuuksissa kuoli vuonna 2013 Intiassa 238562 henkilöä (WHO Violence and Injury prevention, 2018), eli noin saman verran kuin Tampereella on asukkaita. Suhteellisesti selfieen liittyvien kuolemien määrä on siis täysin marginaalinen.

Toki kaikki onnettomuudet jotka johtuvat huomion herpaantumisesta selfien ottotilanteesta ovat valitettavia. Kyseessä on mobiililaitteiden käytön lisääntyessä todellinen ongelma varsinkin liikennekulttuurissa. Mutta jään silti pohtimaan, mikä on tämänkaltaisen uutisoinnin tarkoitus. Lieneekö uutisoinnin perusteena selfien uutuus ilmiönä, sen julkinen luonne, mahdollinen kokemus sosiaalisen median negatiivisista yhteiskunnallisista vaikutuksista vai yleinen kiinnostus ihmisten pohjattomalta vaikuttavaan typeryyteen?

Väärät kuvaustilanteet – Selfie ja sosiaalisesti hyväksytyn käytöksen rajat

”Sosiaaliset normit säätelevät sitä, mitä saa kuvata ja mitä pitää kuvata ja mitä ei saa kuvata” (Ulkuniemi, 2005, 158). Julkisella paikalla kuvaaminen on Suomessa osa sananvapautta ja se on lähtökohtaisesti sallittua paitsi kotirauhan piirissä. Kuvan julkaiseminen saattaa kuitenkin täyttää rikoksen tunnusmerkit, mikäli se loukkaa henkilön yksityisyyttä tai aiheuttaa kärsimystä tai vahinkoa. Mobiilikuvauksen suosion kasvun myötä sosiaalisesti hyväksytyn käytöksen rajat ovat uudelleenmäärittelyn kohteena. Keskustelu siitä, mitä ja missä tilanteissa on sosiaalisesti hyväksyttävää kuvata on tervetullutta ja tarpeellista. Media-aineistosta löytyy aiheesta monia esimerkkejä tilanteista, joissa selfien ottaminen ei ole sopivaa.

”Turvapaikanhakijat ottavat pukuhuoneselfieitä – valokuvauskieltolappuja uimahalleihin” uutisoi Yle (19.1.2016/ Kotimaa). Joensuussa on jouduttu muistuttamaan uimahallissa sopivasta käytöksestä kuvauskieltolapuin, sillä vaarana on että kuvan taustalla näkyy muita kävijöitä. Toisin kuin otsikon perusteella saattaisi päätellä, haastatellun laitospäällikkö Pentti Ryhäsen mukaan selfieiden ottamiseen ovat ”syyllistyneet” myös turistit eivätkä vain turvapaikanhakijat, ja hänen mukaansa halu valokuvata juontaa juurensa kiinnostuksesta suomalaisen kulttuuriin eikä tirkistelyyn selfien avulla.

Kuninkaallisen kohdatessaan ei ole sopivaa tavoitella selfietä, neuvottiin

uutisissa prinssi Williamin vieraillessa Suomessa marraskuussa 2017. Etiketin mukaan kaikenlainen kuninkaallisten koskettaminen on kielletty. Muunlaisten valokuvien kuin selfieiden otto on kuitenkin sallittua. (Saako prinssin kanssa ottaa selfien? Williamin voi tavata torstaina Esplanadin puistossa – näin toimii kuninkaallinen etiketti, HS 29.11.2017/ Kaupunki). Selfieitä kenties karsastetaan myös läheisyyden aiheuttaman mahdollisen turvallisuushan vuoksi. Voi myös olettaa, että vaikka kuninkaallinen olisi kauempana selfien ottajasta, kuvaustilanteeseen liittyvä selän kääntäminen kohteeseen ei sovi kuninkaallisten arvolle.

Suosittua paavi Franciscusta ärsytti liiallinen mobiilikuvauus uskonnollisten remonioiden yhteydessä: ”Paavi Franciscus otti vahvasti kantaa piispojen, pappien ja pyhiinvaeltajien kännykkäkuvia vastaan. Paavi totesi keskiviikkona, että messut on tarkoitettu rukouluun eikä kännykkäkuvaamiseen. ”Tietysti vaiheessa papin saarnassa hän sanoo: nostakaamme sydämemme. Hän ei sano: nostakaamme puhelimemme ja ottakaamme valokuvia”, paavi Franciscus totesi Pietarinkirkon aukiolla Vatikaanissa pitäessään viikoittaista puhetta.” (Paavi jyrähti piispojen ja pappien kännyköistä: ”Messu on rukousta, ei kuvaamista varten!” Paavi huomautti, että saarnassa ei lue: ”Nostakaamme puhelimemme.”, HS 8.11.2017/ Ulkomaat)

Erityisen paheksuttavaa selfien ottaminen on tilanteissa, jotka liittyvät onnettomuuksiin tai kuolemaan, kuten hautajaisissa. Tunnetuin tapaus lienee laajasti huomiota herättänyt Yhdysvaltain entisen presidentin Barack Obaman selfie Nelson Mandelan hautajaisissa joulukuussa 2013. Obama poseerasi iloisesti Tanskan silloisen pääministerin Helle Thorning-Schmidtin kanssa uutistoimisto AFP:N kuvaajan Roberto Schmidtin kuvassa. Kuva herätti keskustelua siitä, että selfien ottaminen hautajaisissa on epäkunnioittavaa, mutta myös runsaan määrän naureskelua ja irtailua presidenttiparin parisuhdedynamiikasta Michelle Obaman nyrpeän ilmeen takia. Kuvan ottanut Schmidt kommentoikin The Telegraphin mukaan, että laajalti levinneeseen kuvaan on liitetty virheellisiä merkityksiä (Michelle Obama was not unhappy during Nelson Mandela ”selfie”, photographer insists, 11.12.2013). Kuvaajan mukaan tunnelma hautajaisissa oli hartaan sijaan karnevalistinen, ja juuri ennen kuvan ottoa Michelle Obama oli vaikuttanut hyväntuuliselta.

Selfiet olivat epätoivottuja esimerkiksi Lontoon tornitalon palon yhteydessä: ”Puihin ja portteihin on kiinnitetty myös useita ilmoituksia, joissa vierailijoita kehoitetaan pidättäytymään selfieiden otolta.” (Surmanloukuksi muuttuneen tornitalon mustunut torso seisoo yhä pystyssä Lontoossa, eikä suru 71 kuolonuhrista ole hellittänyt: ”En halua edes katsoa sitä, kun kuljen ohitse”, HS 27.11.2017/ Ulkomaat). Selfie ei siis voi aineistoni mukaan viestiä järkytyksestä, surusta tai kunnioituksesta kuollutta kohtaan, vaan koetaan banaa-

lina ja epäsovittava käytöksenä. Kenties selfien ottamiseen liitetyt poseeraamisen eleet ja maneerit vaikuttavat siihen, että se koetaan sopimattomaksi tilanteissa, joissa kaivattaisiin hienotunteisuutta ja kunnioitusta ja koetaan surua ja tuskaa.

Myös kolaripaikalla kuvaaminen voi olla sopimatonta moninaisista syistä. Pelastusjärjestöjen toiminta vaikeutuu sivullisten läsnä ollessa ja asianosaisten intimitettiin tulee kunnioittaa. Yksityisyyden ja hyvän maun rajat puhuttivat, kun Hirvensalmella sattui joulukuussa 2017 kahden ihmisen hengen vaatinut kuolonkolari (Ohikulkija pyysi surevia ihmisiä poseeraamaan kuolonkolaripaikalla – ”Tämä on hyvän maun ulkopuolella”, Yle 28.12.2017/ Liikenneonnettomuudet). Artikkelissa spekuloidaan vaikuttiko ihmisten kuvaushaluihin uteliaisuuden lisäksi mahdolliset kuvista maksettavat palkkiot ja muistutetaan että ammattikuvaajat toimivat onnettomuuspaikoilla hyvän journalistisen tavan mukaan.

Erityisen kiinnostavan artikkelista tekee se, että nimenomaan poseeraamaan pyytäminen eli tilanteeseen vaikuttaminen ja lavastaminen tekee kuvaajan käytöksestä kolaripaikalla epäsovittavaa. ”Autoliiton tiepalvelun asiamiehen Ari Marttisen mukaan kymmenet autot pysähtyivät kolaripaikalle. Osa ihmisistä kuvasi rekkaa ja autoa kännyköillä ja osa tableteilla. Vainajat oli tässä vaiheessa kuljetettu paikalta pois. Myöhemmin paikalle tuli surevia ihmisiä. Marttinen huomasi, kun ulkopuolinen henkilö pyysi surevia ihmisiä asettumaan hyvin autojen eteen. Sillä tavalla saisi hyvän kuvan. Marttinen ei ole koskaan nähnyt vastaavaa. – Tähänkö on tultu? Missä on kunnioittaminen? Ihmisen kiinnostuksella ei ole mitään rajaa. Tämä on hyvän maun ulkopuolella, Autoliiton tiepalvelun toiminnasta Etelä-Savossa vastaava Marttinen huokaa.” (Mt.) Kuvaamaan pyrkinyt henkilö ei siis käyttäytynyt dokumentaarisen valokuvauksen periaatteiden mukaisesti vierestä tarkkaillen, vaan pyrki luomaan ohjaamaan tilannetta luodakseen visuaalisesti vaikuttavamman esityksen. Pyytämällä surevia ihmisiä liikkumaan parempaan paikkaan kuvan sommittelun kannalta kuvaaja asetti oman pyrkimyksensä saada tilanteesta tietynlainen, esteettisempi kuva, etusijalle suhteessa uhrien sureviin läheisiin.

”Millainen ohikulkija ottaa selfieitä ruumiin kanssa?”

Turun puukotusten tapaus

Turussa tapahtui 18.8.2017 puukoilla tehty isku, jota tätä kirjoittaessani tutkitaan kahtena terroristisessa tarkoituksena tehtynä murhana ja kahdeksana murhayrityksenä. Järkyttävästä tapahtumasta kirjoitettiin paljon ja tutkin-

nan vaiheista sekä tekijän mahdollisista motiiveista uutisoidaan edelleen aktiivisesti. Yllättäen otsikoihin nousi kuitenkin selfie.

”Klaus Ristola seisoi kahden metrin päässä veitsimiehestä ja tämän uhrista – ’Kuvottavinta oli, että nuori nainen otti selfien ruumiin kanssa’” (YLE 27.8.2017/ Turun puukotukset). Uutinen oli niin suosittu, että siitä tekivät oman versionsa Yleä siteeraten ainakin MTV, Ilta-Sanomat ja Helsingin Uutiset. Tunteisiin vetoavassa ja tarinallisessa artikkelissa kuljetaan väkivallanteon paikoilla ja kerrataan tapahtumien kulkua Klaus Ristolan näkökulmasta.

”Ristola on pitkään hiljaa. Hän osoittaa portaita, joissa on kynttilöitä. ’Minä seisoin tässä, ja se rouva oli tuossa portailla kuolleenä, eikä kukaan ollut häntä vielä hakenut siitä. Tähän käveli nuori nainen. Hän kääntyi minuun päin, ja hänellä oli kännykkä kädessä. Olin juuri sanomassa, että pistä se pois, niin tajusin, että tämä nuori nainen alkoi ottaa selfietä. Hän käänteli itseään niin, että se ruumis näkyi siinä takana. Minä olin niin hämmästynyt, etten saanut sanaakaan suustani. Kaiken tämän jälkeen kuvottavinta oli, että tämä nainen tuli ja otti selfien ruumiin kanssa.’ Ristolan silmät kostuvat jälleen. Hän katsoo torille, jossa ihmiset seisovat kynttilämeren luona.” (Mt.)

Ylen uutista käsitellään ansiokkaasti Faktabaarin Kertomuksen vaarat-projektissa. Faktabaari on sitoutumaton kollektiivi, joka pyrkii edistämään totuudenmukaista journalismia tarkastamalla uutisen väitteet kahdesta riippumattomasta lähteestä (ks. <https://faktabaari.fi>). Kertomuksen vaarat taas on Faktabaarin alainen, Koneen säätiön rahoittama monialainen tutkimus-projekti. Se keskittyy nimensä mukaisesti kritisoimaan ja analysoimaan kertomusten käyttöä mediassa. Kertomuksen vaarat julkaisee analyysejä Facebook- sivullaan (ks. <https://kertomuksenvaarat.wordpress.com> tai <https://www.facebook.com/KertomuksenVaarat/>). Työryhmässä ovat mukana tutkijat Maria Mäkelä, Laura Karttunen, Juha Raipola, Tytti Rantanen, Samuli Björninen ja Matias Nurminen.

Faktabaarin blogikirjoituksessa ”Baaripuhetta: Kokemuksellinen tarina on vastustuskykyinen faktantarkistukselle” (2017) kyseinen Ylen uutinen luokitellaan järkytysjournalismiksi. Se on otettu käsittelyyn ilmiannon eli vihjeen perusteella. ”Myös juttu Ristolasta tuli meille ’ilmiantona’ YLE:n toimittajalta, joka on aiemmin työskennellyt YLE:n Turun toimituksessa. Hänen mukaansa haastateltu on tuttu tyyppi paikalliselle toimitukselle ja osoittautunut aiemmissa tapauksissa epäluotettavaksi. Ilmiantaja ihmetteli saatteessaan, miten jutun kärkeen nostettu ruumiin kanssa selfietä ottava nainen – takuuvarmasti laajaa moraalista pöyristystä aiheuttava, mutta muuten merkityksellisen yksityiskohta – on otettu noin vain tosiasiana, vaikka totuuden takuumiehenä on vain Ristola kokemuksineen.” (Mt.)

Kirjoituksen mukaan mitään todisteita kyseisestä selfiestä ei ole, eli näin ollen muut aiheesta kirjoittaneet lehdet ovat täysin lähdekritiikittömästi siteeranneet Ylen kokemuseräistä uutista (mt.). Ristolan kuvaus selfietä ottavasta nuoresta naisesta esitetään totuutena ja sitä toistellaan tiedotusvälineestä toiseen. Helsingin uutiset kirjoittaa aiheesta jopa asiantuntijalausunnon kautta: ”Millainen ohikulkija ottaa selfieitä ruumiin kanssa? – Kriisipsykologi: ‘Ei sellainen ihminen alkuunkaan terve ole’” (Helsingin uutiset, 28.8.2017). Jutussa kriisipsykologi Soili Poijula otaksuu, että selfien mahdollisesti ottanut nuori nainen on ajattelematon, hänellä on ”joku ongelma olemassa” ja hän on kertakaikkisen kykenemätön myötätuntoon ja empatiaan. Lopuksi Poijula syyttää sosiaalista mediaa tämän ala-arvoisen käytöksen aiheuttamisesta (mt.).

Käyttämällä lähteenään niin sanottuja kokemusasiantuntijoita media tavoittelee uutisoinnilleen näkyvyyttä ja eniten sitä saa hankittua luomalla laajimman mahdollisen samanmielisen yleisön – tässä tapauksessa aiheuttamalla lukijoissa moraalista närkästystä epäkunnioittavasta selfien ottotilanteesta. Jos artikkelin pohjana on kuitenkin vain haastatellun mielipide ja henkilökohtainen kokemus, ei uutisoinnin totuudenmukaisuutta ei voi taata mitenkään. Ongelmana tällaisessa kertomuksellisessa journalismissa on, että yksilökokemus nousee uutisoinnin myötä edustavaksi esimerkiksi sosiaalisen median korruptoimasta nuoresta naisesta. (Faktabaari, 2017).

”Kuolleiden kuvaamista pidetään tunkeilevana ... koska kuvattavan suostumus puuttuu. Kuva kuolleesta voisi liikaa muistuttaa ihmistä hänen omasta kuolevaisuudestaan. Kuoleman kohtaaminen on nykyihmiselle vaikeaa, koska perinne ja uskonto eivät enää tarjoa siihen kaikille riittäviä välineitä.” (Ulkuniemi 2005, 148). Turun puukotusten aiheuttama järkytys ja suru näyttäytyy tässä uutisoinnissa todella oudossa valossa. Kyseessä on julkisella paikalla kahden sivullisen ihmisen kuolemaan ja useisiin vakaviin vammoihin johtanut brutaali väkivallanteko. Uutisoinnista jää kuitenkin lähinnä mieleen, että kaikkein pahinta oli se, kun nuori nainen otti selfien ruumiin kanssa.

Selfien hyvät puolet ja vastakulttuurien mahdollisuus

”Taidenäyttelyyn pääsemisestä on siis tullut menestymisen merkki ja siellä otettu selfie nostaa kivasti itsetuntoa” (Tädit käsirysyssä museon ovella – Moskovalaiset museojonot olivat vuoden 2016 kulttuuri-ilmiö, Yle 2.1.2017/ Yle maailmalla). Selfietä kuvataan myönteisenäkin ilmiönä, vaikkakin myönteiset uutiset ovatkin aineistosta vain murto-osa, Helsingin Sanomien aineistosta kahdeksan ja Yleltä 14 kappaletta käsittelemistäni 289:stä artikkelista.

Kuvan ottaminen voi olla hauskaa, selfien avulla tallennetaan ja jaetaan elämän merkkihetkiä ja julkisuudella ja näkyvyydellä on hyviä puolia.

Ylen artikkeli ”Vannoutunut hevori rakasti mustaa väriä, vieroksui Jumalaa ja kammosi somea – nyt hän on tubettava pappi” esittelee nuoren papin Emilia Turpeisen, joka sosiaalisen median käyttöönoton myötä kokee olevansa avoimempi (27.9.2017/Tubettava). ”Hänellä oli paljon ennakkoluuloja sosiaalista mediaa kohtaan eikä hän uskonut olevansa tyyppinä sopiva someen. ’Ajattelin, että täytyy olla tietynlainen tai suosittu. Olen luonteeltani introvertti ja ajattelin, että somessa pitäisi olla itseään korostava. Ajattelin, että siellä pitää antaa elämästään jotenkin täydellinen kuva.’ Sitten hän teki täyskäännöksen. Hän tuli siihen tulokseen, että hänen on uskallettava olla avoimempi... ’Halusin näyttää avoimesti esimerkkiä epätäydellisestä, tavallisesta ihmisestä.’”

Aktiivinen läsnäolo ja avoimuus sosiaalisessa mediassa on artikkelin mukaan tuonut Turpeiselle myös uusia mahdollisuuksia työmarkkinoilla. Instagramiin jaetut kuvat olivat Turpeiselle ensimmäinen askel sosiaaliseen mediaan, jonka myötä hän rohkaistui aloittamaan myös YouTube- videokanavansa. Kyseessä on siis juttutyyppinä yleinen kehityskertomus, jossa edetään vaikeuksien kautta voittoon, tässä tapauksessa kuvanjakopalvelu Instagramin kautta Youtube- kanavan ylläpitäjäksi. Sosiaalinen media on artikkelin mukaan vaikuttanut sekä Turpeisen identiteettiin että ammattinäkyksiin positiivisesti. (Mt.)

Masentunut ja moniongelmainen Katja Kela on saanut apua valokuvauksesta ja selfiestä (Valokuvan voimalla masennusta vastaan – selfie voi olla ensimmäinen askel, Yle 1.11.2015/ Valokuvat). ”Katja oli jo pitkään halunnut pysyä pois valokuvista. Uusi tekniikka on tullut avuksi ja rohkaissut häntä.” Kelalle selfien ottaminen oli artikkelin mukaan ensimmäinen itsetuntoa parantava askel, jonka jälkeen hän uskaltanut toisen henkilön kuvattavaksi. Kuvat esitettiin julkisesti Sinikka Tuomelan voimauttavan valokuvan metodia hyödyntävässä Sain Siivet –valokuvanäyttelyssä. Melkoinen kehityskaari henkilöltä, joka haastattelussa sanoo, ettei hän ole aiemmin halunnut esiintyä edes perhekuvilla.

Mobiilikuvan ottamisen kynnys onkin matalampi kuin vaikkapa järjestelmäkameralla kuvaamisen, erityisesti kuvan oton helppouden ja välineen saatavuuden kannalta. Kuvia voi ottaa niin monta kuin puhelimen muistiin mahtuu. Epämieluisan kuvan poistaminen on sekin vaivatonta ja nopeaa, eikä poistamisesta jää fyysisiä jälkiä. Älypuhelin välineenä on todennäköisesti jo valmiiksi käsillä eikä toiminnasta näin ollen synny erillisiä materiaalikustannuksia.

Henkilökohtaisten kehityskertomusten lisäksi aineistossa esiintyy artikke-



"Otin kuvan koska tällä hetkellä Puola ei ole perustuslaillisessa tilassa." Kuva: Juhani Niiranen/ HS

leita, joissa sosiaalisen median ja selfien avulla kyseenalaistetaan perinteisen median ja mainonnan tuottamaa kuvastoa ja halutaan tarjota vaihtoehtoinen visuaalinen esitys. Esimerkiksi Khoud Nassar haluaa tarjota sodan, saarron ja kurjuuden kuvaston rinnalle kauniita kuvia Gazan arjesta (Ikkuna ulkomaailmaan – Instagram-tähti Kholoud Nassar haluaa antaa Gazalle kauniit kasvat, Yle 28.11.2017/ Gazan kaista).

Aineistostani löytyy yksi erityisen kiinnostava ja harvinainen kuvaus selfien ottamisen syystä, poliittinen selfie. Helsingin Sanomat kertoi Puolan ja EU:n kiistelevän oikeusvaltioperiaatteen toteutumisesta artikkelissa ”Puolan ja komission oikeusvaltiokiista nousemassa sittenkin huippukokoukseen – Puola haluaa Tuskin vaihtoon (HS 8.3.2017/ Päivän lehti). Artikkelissa on kuvituskuvana Helsingin Sanomien kuvaajan Juhani Niirasen valokuva, ja kuvateksti kuuluu: ”Marek Chaberko otti selfien tyttärensä Marta Chaberkon kanssa kävellessään Puolan perustuslakituomioistuimen ohi. ’Otin kuvan koska tällä hetkellä Puola ei ole perustuslaillisessa tilassa.’”

Internetin ja sosiaalisen median tarjoaminen julkaisukanavien on nähty demokratisoivan viestintää siirtämällä valtaa pois perinteisiltä medioilta, joilla on aiemmin ollut lähes yksinoikeus visuaalisten esitysten tuottamiseen. Myös media pyrkii tuottamaan sisältöjä osallistavasti kehottamalla lukijoita lähettämään kuviaan ja ottamaan kantaa uutisiin sosiaalisessa mediassa.

Kriittinen selfie on aineistossani todellinen harvinaisuus. Laajaa julkisuutta sai osakseen amsterdamilaisen Noa Jansman kuvausprojekti, jossa hän käytti selfietä ovelasti hyväkseen ja kuvasi itsensä kadulla hänen peräänsä huudelleiden miesten kanssa (Hollantilaisnainen otti selfien kaikkien häntä kadulla seksuaalisesti häirinneiden miesten kanssa – kuukaudessa kuvia kertyi 24, HS 7.10.2017/ Ulkomaat). Kuvat hän julkaisi julkisella Instagram-tilillään. Projektin tarkoituksena oli kiinnittää huomiota kadulla tapahtuvaan epätoivottuun huuteluun ja seksuaaliseen häirintään, ja Jansman kuvausprojektista uutisointiinkin kansainvälisesti.

Selfie-aiheiset tutkimukset uutisissa

Ennakkokäsitykseni oli, että selfietä käsittelevien tutkimusten uutisoinnista saa ilmiöstä varsin negatiivisen kuvan. Aineistoni 289:stä uutisesta kuitenkin vain kolme käsittelee selfietä koskevia tutkimuksia, joten kyse ei ole yleisestä uutistyyppistä tässä otoksessa. Kaikki tutkimuksia käsittelevät uutiset ovat Helsingin Sanomista. Tutkimusten sisältö vastaa ennakkokäsityksiäni sillä esiteltyjen tutkimusten aiheina ovat narsismi, masennus, nuorten ulkonäköpaineet ja nettikiusaaminen. Selfien positiivisiin vaikutuksiin perehtyneet

tutkimukset eivät saa palstatilaa. Olisikin kiinnostavaa lukea metatutkimus siitä, missä määrin narsismin paradigma hallitsee selfiestä julkaistuja tutkimuksia ylipäätään, sillä oman kokemukseni perusteella se vaikuttaa hyvin suositulta tutkimuspositiolta.

Erityisen itseriittoiset, itsekkäät ja omahyväiset narsistit eli grandioosit narsistit suosivat selfieitä sosiaalisessa mediassa, ovat taipuvaisia seuraamaan muita saman persoonallisuustyyppin ihmisiä ja arvioimaan toisten jakamia selfieitä positiivisemmassa valossa kuin vähemmän narsistiset ihmiset, selviää Helsingin Sanomien mukaan Seunga Venus Jimin ja Aziz Muaqaddamin tutkimuksesta (Tutkimus: ”Grandioosit” narsistit seuraavat toisiaan ja tykkäävät toisten narsistien kuvista Instagramissa, HS 8.1.2018/ Tiede).

Tutkimuksen alkuperäinen julkaisija on Computers in Human Behavior ja se on toteutettu Amazon Mechanical Turk- palvelun avulla. Kaksiosaiseen tutkimukseen osallistui noin kaksisataa henkilöä, joilla ensin teetettiin persoonallisuustestejä ja kysyttiin heidän tavoistaan jakaa selfieitä ja seurata muita käyttäjiä. Toisessa vaiheessa koehenkilöt arvioivat kuvia.

Kiinnostavaa on artikkelin sanavalinta, jossa maisemakuva on selfeen verrattuna neutraali: ”joukko koehenkilöitä arvioi selfieitä ja neutraaleja kuvia, kuten maisemia, joita olivat lähettäneet joko suositut tai tuntemattomat Instagram-käyttäjät” (mt.). Kenties tällä tarkoitetaan, että maisemakuvat ovat neutraaleja suhteessa tutkittuihin muuttujiin joita ei tarkemmin artikkelissa eritellä, mutta epäilen tämän sanavalinnan heijastelevan laajempaa käsitystä siitä, minkälainen on vakavasti otettava ja arvostettu valokuva.

Arvioitava kuva-aineisto sisälsi julkisuuden henkilöiden ja tuntemattomien ihmisten selfieitä, ja narsistit arvioivat julkisuuden henkilöiden jakamat selfiet vähemmän negatiivisiksi kuin tuntemattomien. Tästä tutkijat olivat artikkelin mukaan päättelleet, että grandioosit narsistit hyväksyvät narsistista käytöstä myös muilta, sillä he ”näkevät sen toimintana, joka välillisesti toteuttaa heidän omaa toivettaan päästä julkisuuteen”. (Mt.)

Psykologit Andrew Reece ja Christopher Danforth tulkitsivat algoritmin avulla 166 ihmisen Instagramiin lähettämät 43950 kuvaa. 71:llä koehenkilöstä oli masennusdiagnoosi viimeisen kolmen vuoden ajalta. Tutkijat päättelivät, että masentuneet ihmiset jakavat enemmän mustavalkoisia, sinertäviä, harmaita ja yleisesti ottaen tummempia kuvia. Masentuneiden kuvissa esiintyi vähemmän ihmisiä kuin henkilöillä, jotka eivät kärsi masennuksesta ja masentuneiden tummat kuvat saivat vähemmän tykkäyksiä. (Masentuneet käyttävät Instagramissa jopa eri filttäreitä kuin onnelliset – Tutkijat onnistuivat analysoimaan kymmenistä tuhansista kuvista merkit masennuksesta HS

9.8.2017/ Tiede) Tutkimuksen on julkaissut European Physical Journal Data Science.

Artikkelin mukaan ”kuvia tulkitsemalla pystyi määrittelemään masennuksen merkkejä paremmin kuin tavallinen lääkäri, jolla ei ollut kuvia käytössään” ja algoritmin tarkkuus masennusdiagnoosin saaneiden kuvaajien tunnistamisessa oli 70%. Tutkijat ehdottavat, että masentunutta voisi tarkkailla älypuhelimien sovelluksen avulla, joka viestisi lääkärille milloin masentuneen tila muuttuu huonommaksi. ”Tutkijat löysivät myös ‘surullisia selfiekuvia’, joissa kuvia lähettäneen tila paljastuu. Tutkimuksessa ei selvitetty, lähettääkö masentunut ihminen selfie-kuvia enemmän kuin terve.” (Mt.)

Lasten ja nuorten säätiö ja Alma Media toteuttivat kyselytutkimuksen, jossa selvitettiin nuorten internetin ja sosiaalisen median käyttöä (Kysely: Moni nuori kokee ulkonäköpaineita selfieiden julkaisemisesta – melkein joka toisesta on julkaistu luvatta kuvia internetissä HS 10.7.2017/ Kotimaa). Kyselyyn oli vastannut keväällä 2017 yli tuhat yläkouluikäistä nuorta.

Tutkimusasetelmaa ei eritellä sen tarkemmin artikkelissa kuin Alma-median tutkimuksesta verkkosivuilla julkaisemassa lehdistötiedotteessaan. Tuloksia lukiessa jää hämärän peittoon muun muassa mistä puhutaan, kun sanotaan nuorten julkaisevan kuvia. Kuva yksityisellä Instagram-tilillä omalla nimellä, jossa seuraajina on pieni määrä lähipiirin ystäviä ja anonyymi julkinen esiintyminen esimerkiksi Periscope-suoratoistopalvelussa ovat äärilaitoja, jotka molemmat mahtuvat uutisessa käytetyn termin ”julkaiseminen” alle. Kenties tutkimuskysymyksiä laadittaessa on lähdetty siitä, että mikä tahansa julkaistu kuva on edelleen jaettavissa vaikkapa kuvakaappauksen avulla.

Artikkeli kertoo kyselytutkimuksen tuloksista seuraavasti: Tytöistä 36 prosenttia ja pojista joka viides julkaisee itsestään selfien kerran viikossa tai useammin. Vajaa kolmannes pojista ei koskaan julkaise selfieitä, ja tytöistä noin 12 prosenttia. 42 prosenttia nuorista kertoi löytäneensä internetistä jonkun toisen julkaisemaa materiaalia itsestään, jota ei olisi itse halunnut julkaistavaksi. Nuorista 27 prosenttia koki paineita julkaista materiaalia, jossa näyttää muiden silmissä hyvältä ja tyttöjen kerrotaan kokevan ulkonäköpaineita kaksi kertaa useammin kuin poikien. Tytöistä 16 prosenttia ja pojista 40 prosenttia kertoo vanhempiensa olevan tietämättömiä siitä, millä sivuilla he käyvät. 70 prosenttia nuorista, sekä tytöistä ja pojista, on solminut internetin välityksellä uuden ystävyysuhteen. Kiusaamista verkossa on artikkelin mukaan kokenut lähes 21 prosenttia nuorista, tytöt hieman enemmän kuin pojat. (Mt.)

Lisäksi jutussa viitataan Pelastakaa lapset ry:n asiantuntija Nina Vaaranen-Valkosen aiemmin Helsingin Sanomille antamaan kommenttiin, jonka

mukaan suuri osa internetissä tapahtuvasta kiusaamisesta jää piiloon, sillä nuoret eivät halua viedä asiaa eteenpäin arkaluontoisuuden takia. ”Nuoret eivät halua tehdä rikosilmoitusta, koska joutuisivat näyttämään, millaisia kuvia heistä on jaettu” (mt.).

Artikkelin loppuosassa viitataan myös aiempaan uutisointiin nuorten seksuaalissävytteisten viestien ja kuvien avulla tapahtuvasta kiusaamisesta ja mahdollisesta kiristyksestä. Aiempi uutinen (Seksin ja rahan kiristäminen nuorilta on lisääntynyt räjähdysmäisesti Euroopassa – suomalainen ilmiö: alastonkuvilla kiusaaminen, HS 20.6.2017/ Kotimaa) kertoo keskusrikospoliisin osallistuvan Europolin kamppaajaan, jossa pyrittiin jakamaan tietoa nuorille kiristuksen varalta. Kostopornona tai sextortion-nimellä tunnettu kiristys on keskusrikospoliisin rikoskomisarion Sari Saranin mukaan yleisempää aikuisien keskuudessa, ja nuoret puolestaan kiusaavat toisiaan uhkaamalla levittää paljastavia kuvia. Jutun lopussa on kyselytutkimuksesta kerätty ”Nuorten kymmenen käskyä someen”-toimintaohjelista.

”Tutkija selittää” – asiantuntijat äänessä

Asiantuntijat ja tutkijat ovat selfieen liittyvässä uutisoinnissa suosittuja kommentaattoreita. Artikkeleissa heidän tehtävänään on selittää ja tulkita ilmiötä lukijalle, popularisoida omaa tutkimustaan tai tuoda keskusteluun uusia tasoja. Asiantuntijoina toimivat psykiatrit ja psykoterapeutit, lastensuojelun virkamiehet ja median, viestinnän, sosiaalipsykologian, digitaalisen kulttuurin, tietotekniikan ja sosiaalipsykologian tutkijat. Tittelien moninaisuus kertoo mobiilikuvauksen laaja-alaisista vaikutuksista yhteiskunnassamme, ja myös siitä kuinka monialaista tutkimus on. Otsikot ovat jälleen tunnepitoisempia ja sensaatiohakisempia kuin itse artikkelien sisältö ja tutkijoiden selfiestä esittämät näkökulmat ja väitteet.

Tampereen yliopiston viestintätieteiden tiedekunnan tutkijaa Elina Nopparia haastatellaan sosiaalisen median vaikutuksista nuorten riskikäyttäytymisen lisääntymiseen (Nuorten hurjat temput päätyvät nykyään kaikkien nähtävälle – ja some palkitsee tykkäyksillä, Yle 26.4.2016/ Kotimaa). Nopparin oma väitöskirjatutkimus käsittelee lasten ja nuorten mediaympäristön muuttumista vuosina 2007-2016.

”Tässä (riskikäyttäytymisessä) ei ole ilmiönä tavallaan mitään uutta. Nyt vain osa tästä touhusta päätyy videolle, koska nuoret kuvaavat ja dokumentoivat elämäänsä kaiken aikaa” (mt.). Noppari sanoo sosiaalisen median jos-

sain määrin kannustavan äärimmäisyyksiin ja palkitsevan käytöksestä, mutta toteaa laajemman ja pitempiaikaisen suosion vaativan muutakin. Artikkelissa esitetään nuorten kasvavan enenevässä määrin kulttuuriin, jossa sosiaalisessa mediassa erottautuakseen täytyy ”brändätä itsensä ja löytää ’oma juttu’”. Noppari huomauttaa, että nuorten tavoittelevat sosiaalisessa mediassa pääasiassa oman kaveripiirinsä huomiota eivätkä tuntemattomien suosiota.

Uutisartikkelien rakenne noudattaa usein kaavaa, jossa tärkein asia pyritään laittamaan otsikkoon, seuraavaksi tärkein ingressiin ja sitten ensimmäisen kappaleen alkuun ja niin edelleen, eli vähiten uutisarvoa sisältävät asiat löytyvät jutun lopusta. Toimittaja on tässä tapauksessa nostanut otsikkoon ”nuorten hurjat temput” joista ”some palkitsee tykkäyksillä” (mt.). Otsikko olisi Nopparin kommenttien perusteella voinut kuulua vaikkapa näin: ”Some kannustaa nuoria jossain määrin riskikäyttäytymiseen, mutta asia ei ole näin yksinkertainen” – ei kovin vetävä otsikko toimittajan valitsemaan verraten.

Toimittaja kirjoittaa ensimmäisen kappaleen alussa: ”Viime vuonna ympäri maailmaa kuoli kymmeniä eri-ikäisiä ihmisiä tilanteissa, jossa yritettiin ottaa selfietä mahdollisimman erikoisessa tai vaarallisessa paikassa.” Tämä kertoo jälleen selfieen liittyvästä negatiivisuuden painottumisesta uutiskriteerinä. Jos maailman noin seitsemästä ja puolesta miljardista ihmisestä ”kuoli kymmeniä” selfietä ei voi mitenkään pitää tilastollisesti merkittävänä kuolinsyynä. Onneksi tosin mainitaan, että kyse oli eri-ikäisistä ihmisistä, eikä vain nuorista. Omasta näkökulmastani kiinnostavimmat asiat kuten tykkäyksien tavoittelu ensisijaisesti omassa kaveripiirissä ja pitkäaikaisen suosion saavuttamisen vaatima sosiaalisen median strategia ovat toimittajan mielestä vähiten tärkeitä ja sijoittuvat artikkelin loppuun.

Median vaikutusta lapsiin ja nuoriin tutkinut psykologian tohtori, Itä-Suomen yliopiston elämänkulun psykologian yliopistolehtori Tarja Salokoski kommentoi niinikään nuorten riskikäyttäytymistä sosiaalisen median kannustamana uutisessa ”Roikkua 100-metrisessä mastossa tai istua lähestyvän junan edessä – Some yllyttää toinen toistaan rajumpiin tempauksiin” (Yle 1.2.2016/ Kotimaa). Artikkelin ingressissä nostetaan esiin selfiet raiteilla sekä Mikkelissä keväällä 2016 sattunut tapaus, jossa kuudes- ja seitsemäsluokkalaiset nuoret kiipesivät rakennusten katoille ja Soneran matkapuhelinmastoon (ks. Rehtori järkyttyi: Oppilaat roikkuivat yhdellä kädellä 100 metriä korkeassa mastossa ja kuvasivat toisiaan someen, Yle 31.5.2016/ Kotimaa).

Artikkelissa selfiet ovat suosion ja huomion tavoittelemisen välineitä. Sosiaalinen media mahdollistaa ennen kaveripiirin sisäisiksi jääneille tempuille ”parhaillaan tuhansien” yleisön. Salokoski esittää riskikäyttäytymisen motiiviksi nuorten pyrkimyksen kuulua massaan: ”Sosiaalisen median aikakausi on tuonut mukaan uudenlaisen sosiaalisen paineen. Tarve olla samanlainen

ja kuulua massaan on useilla nuorilla hyvin voimakas. Some on kanava, jonka kautta niitä voi vahvistaa” (Yle 1.2.2016/ Kotimaa). Kiinnostavaa olisikin kuulla Salokosken esitys siitä, miten sosiaalinen media lisää sosiaalista painetta, millä tavoin paine on uudenlaista, ja mikä on se paineen taso tai sosiaalinen tila, johon aikaa ennen sosiaalista mediaa verrataan.

Salokoski sanoo, että nuorten käytökseen on aina kuulunut tabujen rikominen ja riskialtis käytös, mutta nyt ideoita tälle käyttäytymiselle saadaan sosiaalisesta mediasta. Hän esittää, että sosiaalisessa mediassa normit ovat nuorten omaehtoisesti muodostamia. Nuoret toimivat itse sisällöntuottajina, eikä ulkopuolinen kontrolli ole mahdollista. Vanhempien tulisikin hänen mukaansa pyrkiä valistuksen tai osoittelun sijaan keskustelemaan nuorten kanssa samalla kielellä ja antamaan tietoa siitä mikä on järkevää. (Mt.)

”Laitetaan pornografinen kuva itsestä Instagramiin ja saadaan tuntemattomilta miehiltä kehuja” – Psykiatrin mukaan tuhansien nuorten identiteetti on niin hauras, että elämä romahtaa, kun tykkäykset hiipuvat” otsikoi Helsingin Sanomat (23.11.2017/ Elämä). Hyksin Psykiatriakeskuksessa työskentelevä lastenpsykiatri Janne Kurki on tämän kirjoituksen päähenkilö. Artikkel ei noudata uutisen tärkeysjärjestyksen kaavaa vaan on tyypiltään enemmän henkilökuvaa haastatellusta.

Ingressi kertoo jutun sisällöstä otsikkoa maltillisemmin: ”Teknologia vaikuttaa nuorten tunne-elämään, sanoo lastenpsykiatri Janne Kurki. Osa nuorista sulkeutuu päiväkausiksi huoneisiinsa pelaamaan, ja toisten elämästä ei tule mitään ilman sometykkäyksiä.” (Mt.) Ensimmäinen kappale alkaa tarinallisella esimerkillä Kurjen arjesta, jossa haastattelutilanne Psykiatriakeskuksessa keskeytyy Kurjen huomion vaativaan kiireiseen hälytykseen.

Nuorisopsykiatrian potilasmäärä on kasvanut, ja pelaaminen ja sosiaalinen media aikaansaavat uudenlaisia oireita, joita kutsutaan nimellä depressiivinen hedonismi. Depressiivisessä hedonismissa masennuksen tunnusmerkit täyttyvät, mutta nuori on tyytyväinen tilanteeseensa. (Mt.). Vanhempien huoli siitä, ettei nuori lähde ulos nousee tässäkin artikkelissa esiin, kuten Nopparin tutkimuksessa (Noppari, 2014, 22). Jälleen jutun sisältö on monin verroin maltillisempi kuin otsikko. Kurjen mukaan sekä pelaamisen että sosiaalisen median käyttö ovat ongelmallisia, mikäli ne alkavat hallita nuoren elämää yksipuolisesti.

Toimittajan oma negatiivinen suhtautuminen sosiaaliseen mediaan paistaa usein läpi artikkeleissa, kuten tässäkin: ”Teini-ikäinen tyttö kertoo, että hän on jatkuvasti alakuloinen, eikä koulunkäynnistä tahdo tulla mitään. Kun psykiatri haastattelee tyttöä, käy ilmi, että hän julkaisee päivittäin selfie-kuvia itsestään kuvapalvelu Instagramissa. Tyttö katselee vähän väliä hermostuneesti, onko kuviin tullut uusia kommentteja tai tykkäyksiä. Tällaisia nuoria

tulee myös Janne Kurjen vastaanotoille. Voi olla, ettei päivittäisestä elämästä tule mitään ilman tiettyä määrää omista kuvista saatua positiivista palautetta. 'Henkilö, jonka toimintaa määrittää tuntemattomien ihmisten antama palautte, on usein identiteetiltään aika hauras', Kurki sanoo."

Lapset ja nuoret ovat haavoittuvaisempia kuin aikuiset, sillä he eivät vielä osaa sanallistaa, erotella ja havainnoida tunteitaan. Tunteiden sanallistamista kutsutaan psykoanalyysissä symbolifunktioksi. "Sosiaalisessa mediasa julkaistu seksuaalisesti vihjaileva kuva on usein merkki siitä, että nuori on ahdistunut, Kurki sanoo. 'Laitetaan pornografinen kuva itsestä Instagramiin, saadaan tuntemattomilta miehiltä kehuja. Ahdistus helpottaa, mutta ei symbolifunktion vaan kehon kautta.' Nämä ovat äärimmäisiä esimerkkejä, mutta Kurjen mukaan lisääntymässä. Taustalla on isompi muutos, joka johtuu osittain siitä, että entistä useampi ihminen elää *mielihyvää* varten." (Mt.).

"Haluttiin olla jotain ja päästä jonnekin." Lyhytjänteinen mielihyvän tavoittelu on Kurjen mukaan lisääntynyt koko yhteiskunnassa ja syrjäyttänyt tavoitteellisen haluamisen. Sosiaalisen median liikakäyttöön liittyvät psykososiaaliset ongelmat ovat osa tätä laajempaa yhteiskunnallista muutosta. (Mt.)

Ylen jutussa "Töröhuulisen tytön selfiet eivät olekaan itserakkautta – vaan feminististä itsesuojelua" sosiaalisesta mediasta kiinnostunut psykologi ja psykoterapeutti Teemu Ollikainen kertoo ajatuksistaan selfien suhteen (YLE 5.11.2015/ Kotimaa). Ensimmäisen kappaleen aloitus sadunkerronnan fraasilla on varsin erikoinen tyylivalinta uutiseen: "Olipa kerran Anna, ihan tavallinen suomalainen nuori nainen. Vapaa-ajallaan Anna treenaa ja on erittäin aktiivinen sosiaalisessa mediassa. Annan Facebook- kaverit ovat jo tottuneet tämän tästä ilmestyviin selfieihin. Anna on sinkku, eikä piilottele trimmattua vartaloaan. Moni Facebook- kaveri naureskelee moiselle itsensä korostamiselle, joillakin se käy hermoonkin. Itserakkaudestako on kyse, Annan innossa selfieihin?" Itse artikkelissa selfietä tarkastellaan ilmiönä kuitenkin monipuolisesti.

Ollikaisen mukaan jaettujen selfieiden tärkein merkitys on se, jonka henkilö itse kovalleen antaa. Se on omakuvan muokkaamisen ja identiteetin vahvistamisen väline, ja kuvien julkaisemisesta on hänen mukaansa tulkittavissa itseen liittyvät käsitykset, toiveet ja pelot. Ollikainen pohtii, olisivatko selfiet kenties jaettavissa kahteen luokkaan, joista toinen on mahdollisimman viehättävä "poseerausselfie" jolla haetaan hyväksyntää ja toinen sellainen, jossa pyritään esittelemään itsestä jotain muuta kuin ulkoista puolta: "Monet selfieethän ovat hauskoja vaikkapa karvaisine kaljamahoineen, jolloin motiivina tuskin on yritys näyttää viehättävältä vaan pikemminkin halu osoittaa, että katsokaa: minä voin tehdä näin ja olen hauska, helposti lähestyttävä ja vaa-

raton.” (Mt.)

Selfiessä, toisin kuin jonkun muun kuvaamassa valokuvassa valta representaatiosta on kuvaajalla itsellään: ”Ennen kännykkäkameroita mahdollisuudet itsensä näkemiseen kuvissa tapahtuivat lähes poikkeuksetta toisten, kuvien ottajien katseen kautta ja heidän ehdoillaan. Nyt ohjat ovat omissa käsissä.” Artikkelissa Ollikainen muistelee myös erittäin kiinnostavalta vaikuttavaa tutkimusta, jossa olisi vertailtu ammattikuvaajien ja ihmisten itsensä ottamien valokuvien suhdetta toisiinsa ja koehenkilöiden omakuvaan: ”Se antaa mahdollisuuden siihen, ettei ehkä tarvitse katsoa todellisuutta silmiin samalla tavalla kuin ennen vaan voidaan vaalia tietynlaista kuvaa itsestä. Tätä oli testattu jossain niin, että ihmiset olivat ottaneet itsestään kuvia ja sitten ammattikuvaaja oli ottanut kuvia heistä. Sen jälkeen oli verrattu kuvia ja päätelty kuinka hyvin kuvat vastaavat ihmisen käsitystä itsestään. Erot selfieiden ja ammattikuvien välillä olivat huomattavia, Ollikainen sanoo.” (Mt.)

Kysyin Ollikaiselta sähköpostilla muistaisiko hän tarkempia yksityiskohtia tutkimuksesta ja hän arveli toimittajan kenties olleen tutkimuksen maininnan takana eli niin sanotusti laittaneen sanoja hänen suuhunsa. ”Piti ihan kaivaa ensin esille tuo Ylen juttu, oli aika ohkaiset muistikuvat siitä että olen tuollaisenkin haastattelun antanut. Valitettavasti en tähän hätään löytänyt tutkimusta mihin viittasin. Jutusta voi saada sellaisenkin kuvan että toimittaja oli löytänyt tutkimuksen, tai lukenut uutisen joka käsitteli aihetta.” (Teemu Ollikaisen sähköposti 22.3.2018).

Artikkelissa esitetään myös yhdysvaltalaisen taidehistorioitsija Derek Conrad Murrayn päätelmä siitä, että selfieitä ei oteta ulkonäkönormeihin mukautumisen takia, vaan ne ovat itsesuojelurefleksi nuorten naisten kokemia seksistisiä ulkonäköpaineita vastaan ja tapa ottaa representaation voima omaan käyttöön. ”Murrayn mielestä on turhaa naureskella selfieiden olemukselle ja aihemaailmalle, sillä selfiet eivät oikeastaan olekaan ’kuvia minusta’ vaan ’kuvia minusta ottamassa kuvaa minusta’.”

Positiivisia merkityksiä kuvakulttuurin muutoksesta ja selfiestä löytää Turun yliopiston mediatutkija Kaisu Hynnä, jonka väitöstutkimus käsittelee kehopositiivisuutta sosiaalisessa mediassa. Ylen artikkelissa ”Vessaselfiet eivät ole vain kauniita kasvoja – Tutkija: ’Ne voivat olla tulevaisuudessa mielenkiintoista tutkimusmateriaalia arjestamme’” (Yle 10.2.2018/ Valokuvaus) Hynnä visioi, että selfiet voisivat tulevaisuudessa olla historian­tutkijoille oivallista aineistoa arjen kuvastona, sillä mobiililaitteiden myötä kamera on usein mukana sellaisissa arjen tilanteissa, jotka eivät ole aiemmin olleet suosittuja kuvauskohteita.

Artikkelissa käsitellään mobiilikuvauksen yleistymisen myötä laajentunut-

ta valokuvauksen kenttää ja tästä esimerkkinä on vessassa otettu selfie. Mobiilikuvauksen myötä valokuvaaminen on muuttunut Hynnän mukaan myös vähemmän juhlalliseksi tai seremonialliseksi tilanteeksi ja hän kokee arjen kuvaamisen vaivattomuuden uuden tekniikan positiivisena puolena.

Sen lisäksi että mobiilikuva tekniikkana on Hynnän mukaan alentanut kynnystä itsen kuvaamiseen, artikkeli nostaa esiin näkökulman jonka mukaan teknologian ja median muutos on nimenomaan aikaansaanut kuvakulttuurin muuttumisen: ”Kuvien ottaminen on keino, jolla luodaan yhteyksiä, Hynnä viittaa muun muassa kuvapalvelu Instagramiin. Teknologia ja media saavat meidät ottamaan selfieitä.” (Mt.)

Hynnä kyseenalaistaa narsismin paradigman itsestäänselvyyden ja kertoo oman tutkimuksensa viittaavan siihen, että monelle itsensä kuvaaminen on terapeutista toimintaa, joka saattaa johtaa parempaan itsetuntemukseen. ”Hynnä pyöryttää ajatuksen toisin päin: mitä se kertoo meistä, jos heti oletetaan itsensä kuvaamiseen liittyvän jotain narsistisuutta.” (Mt.)

Vanhempien vastuu, mediakasvatus ja sosiaalisen median mahdollistama kuvien julkinen jakaminen ovat Ylen aiheena artikkelissa ”Nuorten selfiet ovat osa heidän kulttuuriaan – ’Nuoret ovat ennakoluulottomia ja rohkeita’” (Yle 5.11.2015/ Internet). Mannerheimin lastensuojeluliiton Kainuun piirin toiminnanjohtaja Seija Karjalainen toimii jutussa asiantuntijana. Karjalainen peräänkuuluttaa vanhempien vastuuta pelisääntöjen luomisesta yhdessä nuorten kanssa ja muistuttaa, että on vanhempien tieto sosiaalisen median käytännöistä on todennäköisesti vajavaisempi kuin nuorilla itsellään.

Mahdollinen kiusaaminen ja seksuaalissävytteiset kuvat ovat artikkelin mukaan sosiaalisen median mukanaan tuomia riskitekijöitä nuorille. Yksityiseksi alunperin tarkoitettu viesti voidaan jakaa myöhemmin. ”Nuori voi ajatella vaikkapa parisuhteessa niin, että kuvia jaetaan keskenään, mutta entä jos välit menevätkin poikki, niin kuvia ja materiaalia voidaan käyttää häntä vastaan.”(Mt.)

Karjalainen muistuttaa, että julkaistujen kuvien poistaminen internetistä on hankalaa tai mahdotonta ja on vaikea ennakoida mihin kontekstiin kuva päätty tulevaisuudessa. Kaiken kaikkiaan artikkeli on kuitenkin positiivissävytteinen ja korostaa nuorten rohkeaa ja ennakoluulotonta asennetta mobiilikuvauksen uusia käytäntöjä kohtaan, sekä tunnistaa kuvien käytön identiteetin ”rakennusaineena” ja mahdollisina itsetunnon kohottajina. Negatiivisesta itsekorostuksesta tai pakonomaisesta tykkäysten haalimisesta ei tässä uutisessa puhuta lainkaan.

Helsingin Sanomat otsikoi ”Miksi selfiet ovat niin suosittuja? Tutkija selittää” (HS 16.11.2017/ Elämä). Koko artikkeli otsikkoa, ingressiä ja kahta en-

simmäistä lausetta lukuun ottamatta on lainaus Mikko Villiltä, joka on Jyväskylän yliopiston journalismin professori. Oletan toimittajan olleen häneen yhteydessä sähköpostilla. Artikkelin esittämät ajatukset seurailevatkin Villin väitöskirjatutkimuksen *Visual mobile communication: Camera phone photo messages as ritual communication and mediated presence* (2010) tuloksia. Villin mukaan selfieiden suosio on seuraus teknisestä kehityksestä ja mobiilikuvauksen ominaispiirteisiin kuuluu, että se on helppoa ja halpaa. Kuvien avulla viestiminen on ekshibitionismin sijaan läsnäolon välittämistä ja ”kuvallista rupattelua” (HS 16.11.2017).

”Uusi teknologia on ’demokratisoinut’ valokuvan, sillä kuka tahansa kännykän käyttäjä voi olla valokuvaaja. Selfiessä kuvaaja ja kuvattava ovat lisäksi sama henkilö. Valta on tällöin valokuvattavalla, toisin kuin perinteisessä henkilökuvauksessa.” Villi pitää selfieitä pääosin harmittomina, mutta mainitsee julkisten selfieiden mahdollisesti aiheuttavan seuraajilleen ulkonäköpaineita. Villi esittää myös, että julkisuuden maksimoimisen sijaan selfiet on usein suunnattu rajatulle yleisölle, kuten omalle kaveripiirille Facebookissa tai niitä lähetetään pikaviesteinä pienelle ryhmälle. Kuvia otetaan myös ilman julkaisuintentioita, ”vain omaan käyttöön”. (Mt.)

Artikkelissa ”Facebook valtasi Suomen 10 vuotta sitten ja muutti meitä ihmisinä – vaikutus on tutkijan mukaan ’järisyttävän iso’” (HS 23.4.2017/ Sunnuntai) pohditaan Facebookin vaikutuksia suomalaiseen yhteiskuntaan toimittajan ja kolmen tutkijan näkökulmasta, ja tutkijoiden näkemykset vuorottelevat kirjoittajan omien sosiaalisen median kokemusten kanssa. Toimittaja esittää artikkelissa itseään ja käyttää lähteenä omien Facebook-kontaktien asenteita ja kommentteja. Täten hän välttyy esittämästä uutisessa mitään objektiivisina faktoina. Tämä on yksi journalistinen strategia, jolla pyritään vastaamaan totuudenmukaisuuden vaatimukseen, ja artikkeli erottautuikin edukseen aineistossani. Tässä artikkelissa tutkijat popularisoivat omaa tutkimustaan eivätkä toimi kommentaattoreina tai ”mielipideautomaatteina” asiassa, jota heidän oma tutkimuksensa ei varsinaisesti käsittele.

Facebookin käyttökokemus on viime aikoina kärsinyt sisällön puutteesta, sillä keskustelukulttuuri on kärjistynyt ja käyttäjien aikajanat täyttyvät linkeistä, mainoksista ja myynti-ilmoituksista. Facebookilla on Suomessa 2,7 miljoonaa käyttäjää ja sen vaikutukset ovat muovanneet yhteiskuntaa ja käyttäytymistämme. (Mt.). Uutinen esittelee Sari Östmanin käsitteen elämä-julkaisuuden kulttuurinen omaksuminen (2015) että läsnäolo sosiaalisessa mediassa etenee kahden välivaiheen kautta syväomaksumiseen, jossa julkai-

seminen muovautuu osaksi käyttäjän identiteettiä.

Profilityö on julkaisua, ja myös sen suunnittelemista, jättämättä tekemistä tai jonkin asian tekemistä erityisesti julkaisua varten. Sosiaalisen median ja tietotekniikan tutkijan Suvi Uskin näkemystä esitellään artikkelissa profilityön, päällekkäisten yleisöjen aiheuttaman identiteettikonfliktin ja sen ratkaisemiseksi kehittyvän metaroolin ja metakielen käsitteiden esittelyllä. ”Sosiaalisen median aikakaudella ihmisen on ensimmäistä kertaa annettava itsestään sama ja yhdenmukainen kuva kaikille yleisöille, Suvi Uski sanoo. Todellisuudessa meillä on useita erilaisia sosiaalisia rooleja ja identiteettejä, mutta Facebookissa esiinnyimme yhtä aikaa tädille, eksälle, nyksälle, työkaverille ja lapsuudenystävälle. Ja sille norjalaiselle.” (Mt.)

Sosiaalisten rajojen hallintaa käsitelleelle sosiaalipsykologian ja tietotekniikan tutkijalle Airi Lampiselle annetaan artikkelissa rooli korostaa visualisoitumista: ”Yhä tärkeämpi osa profilityötä ovat visuaalisuus, kuvat ja videot. Joskus tärkeä osa on saada otettua hyvä valokuva elämyksestä”, sanoo Airi Lampinen, joka työskentelee tutkijana Tukholman yliopistossa” (mt.). Sosiaalisen rajojen hallinta on käynyt vaikeaksi tai jopa ylivoimaiseksi, sillä julkaistujen sisältöjen leviämistä on mahdotonta ennustaa.

Facebookin ongelmiin tarjotaan Suvin Uskin esimerkkiä yksityisen ja julkisen profilin erottamisesta tai hakeutumista muiden sosiaalisen median sovellusten pariin kuten nuoret: ”Useimmat teinit ovat jo hylänneet Facebookin, jos sinne ikinä liittyivätkään. He käyttävät esimerkiksi pikaviestipalvelu Snapchatia, josta ei jää jälkiä tai historiaa. Facebookissa ovat vanhemmat ja viranomaiset, puolueet ja mainostajat.” Jäljellä on onneksi hyviäkin puolia: ”Mutta Facebookissa on vastapainona lohdullinen puoli: sen avulla on helpompaa säilyttää yhteys vanhoihin kavereihin elämänmuutoksesta huolimatta. Se tuo turvaa ja tukea.” (Mt.)

Media-aineistoni ainoa artikkeli, jossa sosiaalista mediaa käsitellään nuorten näkökulmasta on Ylen juttu ”Hei hei Facebook! Tällaisen sosiaalisen median nuoret saivat tilalle” (YLE 15.9.2015/ Kotimaa). Artikkelissa seurataan kuopiolaisen 17-vuotiaan Veeran iltaa ja sosiaalisen median käyttöä, kun hän matkaa kaupungille tapaamaan ystäviään. Sosiaalista mediaa ilmiönä kommentoivat tietokirjailija ja mediatutkija Harto Pönkä, psykologian tohtori Tarja Salokoski ja eBrand Suomi Oy:n sosiaalisen median kouluttaja Jukka Weissenfelt.

Pönkä kommentoi WhatsApp- sovelluksen nopeaa yleistymistä ja Weissenfelt kertoo nuorten suosivan yksityis- ja pienryhmiä. Salokoski korostaa sosiaalisen median käyttöä minuuden rakentamisessa ja kommentoi aktiivisen sisällöntuotannon ja samanhenkisen seuran löytämisen olevan sosiaalisen

median hyviä puolia. Salokoski selittää selfietä: ”Selfien ottaminen suorittaa samaa tehtävää kuin päiväkirjan pitäminen ennen” (Mt.).

Valokuvan lisäksi artikkelissa käytetään videografiikkaa, joka kuvaa Veeran lähettämiä viestejä bussimatkallaan keskustaan, sekä infografiikkaa, missä eritellään mitä sosiaalisen median kanavia Veera käyttää ja mihin tarkoitukseen. Kuvien merkittävä asema nostetaan jälleen esiin: ”Erityisesti kuvat ovat nyt varttuvalla some-sukupolvelle tärkeitä. Veera heittää ottavansa kuvia päivässä ’kahden ja kahdensadan’ väliltä; hänen siskonsa miettii kuvia ottaessaan, miten niiden värit sopivat hänen Instagram-fiidiinsä.”

Artikkelista käy hyvin ilmi sukupolviero suhtautumisessa sosiaaliseen mediaan. ”Äiti sanoisi varmaan, että käytän ihan liikaa somea. Ei isäkään kannusta, mutta se ymmärtää, että käytetään puhelimia, Veera miettii.” Nuorten suhtautuminen eroaa myös valokuvaajan näkemyksestä, ja tämä on tehty artikkelissa näkyväksi: ’Hei ei me oikeesti otettais tällaista kuvaa’, yksi nuorista parahtaa kun heiltä pyydetään ryhmäselfietä. Sellaiset kuuluvat kuulemma synttärijuhliin tai vastaaviin. Kuvaajan mieliksi he kuitenkin ryhmittäytyvät Veeran taakse ja tämä vangitsee kaveriporukan rutinoituneesti kännykkäkameraan.” Selfie vaikuttaa tässä kuten muissakin media-aineiston artikkeleissa symboloivan vanhemmalle ikäpolvelle kaikkea sosiaaliseen mediaan tuotettua sisältöä. Se, että selfie näyttäytyy media-aineistossani usein negatiivisessa valossa selittynee osaltaan tällä sukupolvierolla ja vanhemman ikäpolven puutteellisilla tiedoilla nuorten sosiaalisen median käytännöistä.

Artikkelin pohjalta nuorten sosiaalisen median käytöstä syntyy erittäin positiivinen kuva. Sen mukaan nuoret ovat aktiivisia sisällöntuottajia, kun taas vanhemmat ihmiset selailevat käyttävät aikansa selaillen tykkäyksiä ja kommentteja. Veera toimii esimerkkinä nuorista, joille sosiaalisen median käyttö on helppoa, omaehtoista, aidosti vuorovaikutteista ja itsestään selvä osa elämää. Sosiaalinen media tuo lisäarvoa kanssakäymiseen ja opettaa vuorovaikutus- ja mediataitoja. ”Se on sosiaalinen media, joka toimii juuri kuten nuoret halusivat” (Mt.).

Vaikka artikkeli erottautuu positiivisesti media-aineistostani ottamalla nuorten näkökulman keskiöön, käyttämällä asiantuntijalausuntoja tuomaan keskusteluun lisätasoja ja kuvittamalla ilmiötä monipuolisesti valokuvien ja grafiikoin se antaa kuitenkin hieman yksipuolisen kuvan sosiaalisesta mediasta. Sovellusten kehittäminen nuorten ja muidenkin käyttäjien tarpeisiin on kaupallista toimintaa, eikä asia joka ”saadaan” jostain kuten artikkelin otsikossa ja joka maagisesti toimii ”juuri kuten nuoret halusivat”. Liiketoiminta perustuu käyttäjien tietojen myymiseen, ja tätä puolta ei käsitellä media-aineistossani lainkaan.

Veeran some-kanavat

WHATSAPP Tekstää, kuvia, ääniviestejä, videoita. Perhe, kaverit, muita ikätovereita (mm. kaksi oppilaskuntaryhmää), harvoin ennestään tuntemattomia kontakteja.

SNAPCHAT Tekstää, kuvaa, videoita ja livekeskusteluja. Perhe, kaverit, muita ikätovereita.

INSTAGRAM Kuvaa, videoita. Seurattavina kaverit, mutta myös tuntemattomia. Myös seuraajista osa täysin tuntemattomia.

FACEBOOK Lähinnä viestejä kavereille Facebook Messengerin kautta, julkisia päivityksiä vain harvoin (esimerkiksi: "Pääsin lukioon"), profiilikuva silloin tällöin. Perhe, sukulaiset, kaverit.

ASK.FM Harvoin lähettän kysymyksiä ja vastailen. Useimmiten selaan toisten profileja. Seuraan tuttuja reaaliaikaisista ja vieraita, joilla on "minun tyyliä" vastauksia.

SPOTIFY Kuuntelen kaverien ja julkisuuden henkilöiden soittolistoja.

WE HEART IT On tili, mutta en päivitä. Selaan muiden profileja.

YOUTUBE On tili, mutta en käytä.

GOOGLE + On tili, mutta en käytä.

TWITTER Ei listannut tätä, mutta Veeralla on myös julkinen Twitter-tili. Ei käytä.



Sosiaalinen media ei ole enää sitä, mitä alun perin ajateltiin.

-Harto Pönkä

12:46 ✓✓

Nuorten sosiaalinen media on senkin vuoksi eri maailma kuin vanhempien ihmisten, että nuorilla sisällön tuottaminen on tärkeää. Moni vanhempi Facebook-käyttäjä selailee pitkäänkin ilman tykkäyksiä tai kommentteja; Veeralla tavalliseen päivään kuuluu tekstien, emoji, kuvien, videoiden ja ääniviestien julkaiseminen.

"Hei hei Facebook! Tällaisen sosiaalisen median nuoret saivat tilalle", Yle 15.9.2015

Selfie esiintyy uutisissa usein mainintoina yhteiskuntamme negatiivisiksi koettujen ilmiöiden yhteydessä. Se voi olla merkinä liiallisesta kuluttamisesta, kuten tässä Helsingin Sanomien verkkokauppaa käsittelevässä uutisessa: ”Swarovski-kristallein koristellut treenileggingsit jalkaan, selfie someen – sitten 119 euron pöksyt postiin ja takaisin verkkokauppaan, josta ne on hankittu.” (Vaatekaupan jätit tekivät verkko-ostosten palauttamisesta niin helppoa, että housut voi ”lainata” yhden somekuvan takia – Tutkijan mielestä paketitiralli on kestävä, HS 27.12.2017/ Talous). Artikkeleissa puhutaan myös selfiekulttuurista tai selfie-aikakaudesta.

Aineistostani löytyy yksi positiivinen merkitys selfiekulttuurille. Selfien suosio on vapauttanut valokuvataiteilija Elina Brotheruksen vastaamasta kysymykseen miksi hän kuvaa itseään ja ollut ”valtava helpotus” (Elina Brotherus käy kuviansa kautta aikamatkalla – ”Kukaan ei enää ihmettele, miksi kuvaan itseäni”, Yle 18.2.2017/ Valokuvataide).

Selfiekulttuurissa esiintyy media-aineistoni mukaan erityisen paljon ulkonäköpaineita. ”Selfie-aikakaudella tukan, parran ja lihasten tulee olla alati kuvauskunnossa” (Vesi ja saippua ei riitä nuoren miehen ulkonäön hoitoon – peilin edessä voi kulua tuntikin Yle 24.5.2016/ Kotimaa). Aidon ja alkupehkeisen luonnon kanssa selfie-aikakaudella ”kilpailevat omat hymyt ja muoviset kukkaseppeleet, joita kaupitellaan ympäri puistoa” (Kirsikkapuiden kukkaloisto avasi uuden selfiesesonin Pekingissä – Kuvagalleria, Yle 30.3.2016/ Ulkomaat).

Metatasolle päästään, tai joudutaan, Helsingin Sanomien artikkelissa, jossa LP-levyt symboloivat itse selfiekulttuuria: ”Levyt ovat täydellinen symboli nykyiselle selfie-kulttuurille ja päivittäisten vapaaehtoisten yksityiselämän paljastusten Facebook-ajalle” (Hipsteriaika loppui täydellisen brooklyniläisparin eroon – ”Haluan taiteelta totuutta, sinä kuuluisuutta”, HS 4.4.2017/ Kulttuuri/ HS Analyysi). Selfiekulttuuri-sanan merkitykset kiteyttää Helsingin Sanomien otsikko ”Selfieiden käsittelystä on tullut valtava bisnes – ja samalla aitous etäännyy arjestamme nopeammin kuin koskaan” (HS 25.3.2017/ Pääkirjoitus – Kolumni).

Artikkeleissa ei kuitenkaan määritellä mitä selfiekulttuurilla tarkoitetaan, milloin selfie-aikakausi ulkonäköpaineineen alkoi ja milloin oli se parempi aika ilman selfietä. Selfiekulttuuri symboloikin laaja-alaisesti kulttuurimme negatiivisiksi koettuja ilmiöitä kuten liiallista kulutusta, suorituskeskeisyyttä, sosiaaliseen mediaan liittyviä pelkoja ja negatiivisia asenteita, yksilökeskeisen kulttuurin varjopuolia ja liiallista itsensä korostamista. Selfien ajasta kaivataan takaisin myyttiseen menneisyyteen, jossa kaikki oli paremmin ja aidot asiat olivat vielä aitoja.

Kaikki meni hyvin, kunnes alkoivat yo-kirjoitukset ja pääsykokeisiin lukeminen. Nuorisolaiset valtasivat kirjastot, rapistelivat karkkejaan ja räpsivät selfieitä. Levotonta menoa.

Varsin ihailtavaa on pyöräillä kovimmillakin talvipakkasilla töihin ja ottaa sitten jäätäneistä viiksikarvoista selfie. *I did it! Minä tein sen!* Innokkaimmat jakavat työmatkoiltaan myös “ennen ja jälkeen”-kuvia. Tässä minä jääkalikkana pyörän selässä ja tässä taas normaalina itsenäni työpisteellä.

”Hän sanoi, että ei toi pahalta näytä, olet kuitenkin sama Samia. Minulle huivi symboloi ihmisen sisimmän merkitystä ulkonäkökeskeisessä maailmassa. Se on itselleni sopiva vaihtoehto nykyisessä selfiekulttuurissa.”

Otteita Helsingin Sanomien aineistosta.

Tutkimuskysymykseni on miten ja missä asiayhteyksissä selfiestä kirjoitetaan mediassa? Aineistostani Helsingin Sanomien 153:sta 67 prosenttia ja Ylen 136:sta artikkelista 63 prosenttia on asenteeltaan neutraaleja. Suuri osa aineistosta on mainintoja, joissa selfie ei ole artikkelin aiheena, vaan sanan käytöllä kuvaillaan hetken merkittävyyttä, ja sillä ilmaistaan artikkelin olevan ajassa kiinni. Selfie esiintyy artikkeleissa myös todisteena.

Artikkelit ovat aiheiltaan erittäin moninaisia. Aiheista eniten selfie-sanaa käytetään julkisuuden ja fanikulttuurin yhteydessä, Helsingin Sanomissa 29:ssä ja Ylellä 19:sta eri artikkelissa. Toiseksi eniten sana esiintyy turismin ja matkailun yhteydessä, Helsingin Sanomissa 14:sta ja Ylellä 19:sta uutisessa. Nämä avainsanojen avulla tutkitut artikkelien aihepiirit eivät ole aineistossani koodattuina poissulkeviksi kategorioiksi, vaan ovat artikkelin sisältöä kuvailevia luonnehdintoja.

Tulkitsin negatiivisiksi Helsingin Sanomista 27 prosenttia ja Yleltä 26 prosenttia uutisista. Näissä artikkeleissa selfie esiintyy uutisissa symboloimassa itsekeskeisyyttä ja ulkonäön liiallista korostamista, kulutusyhteiskunnan varjopuolia, liiallista suorituskeskeisyyttä ja negatiivisia asenteita sosiaalista mediaa kohtaan. Vaarallisesti temppuilevat sosiaalisen median suosiota tavoittelevat lapset ja nuoret, selfietä nolosti jonottavat, usein myös nuoret fanit ja selfiekepeillään sohivat turistit ovat toimijoina negatiivissävytteisissä artikkeleissa. Nuoria neuvotaan ja paheksutaan erityisesti Ylen uutisoinnissa. Selfiekulttuuri taas mainitaan, kun kaivataan epämääräiseen menneeseen aikaan, jolloin asiat olivat paremmin.

Selfien ottaminen on uutisoinnin perusteella epäsopevaa käytöstä esimerkiksi hautajaisissa ja onnettomuustilanteissa. Selfie ei siis voi viestiä negatiivisista tunteista kuten surusta tai järkytyksestä tai ainakin sen ottaminen on liian huomiota herättävää poseeraamisen takia. Mobiilikuvaajat eivät osaa käyttäytyä ammattikuvaajien tavoin esimerkiksi onnettomuustilanteissa ja tästä seuraa moraalista paheksuntaa.

Ylen kohdalla positiivisia uutisia on 10 prosenttia aineistosta ja Helsingin Sanomissa 5 prosenttia. Positiivisissa uutisissa selfie mainitaan mukavana asiana arjessa ja juhlassa, jonka avulla voi tallentaa ja jakaa merkittävän hetken ja mahdollisesti nostaa itsetuntoa. Selfie voi olla kunnianosoitus pitkästä urasta, merkki menestyksestä ja vallasta. Se näyttäytyy myös välineenä kehityskertomuksissa, joissa sosiaalinen media on vapauttanut ihmisiä estoistaan tai voimaannuttava valokuvaus on auttanut masentunutta. Muutamassa artikkelissa kuvaillaan myös vaihtoehtoisia visuaalisia esityksiä tai tuodaan selfien avulla esiin yhteiskunnan epäkohtia.

Määrällisesti tulokset uutisoinnin asenteellisuudesta ovat samansuuntaisia Ylellä ja Helsingin Sanomissa, eli jos tuloksia tulkitaan suoraan lukuina, selfie on enimmäkseen harmiton. Yle erottui uutisoimalla selfieen liittyvistä vaaroista kun taas Helsingin Sanomien aineistossa matka-artikkelit olivat suuressa osassa.

Selfiestä puhutaan artikkeleissa, kun tarkoitetaan mitä tahansa sosiaaliseen mediaan jaettavaa sisältöä. Sukupolvien erilaiset näkemykset sosiaalisesta mediasta tulevat selfie-sanan käytön myötä esiin erityisesti nuoriin liittyvässä uutisoinnissa. Nuoret eivät ole edustettuina aineistossa, 289:stä artikkelista vain yhdessä haastatellaan nuoria heidän omasta sosiaalisen median käytöstään.

Asiantuntijat kommentoivat sosiaalisen median ilmiöitä artikkeleissa, joissa myös selfie mainitaan. Näitä artikkeleita leimaa huoli nuorten sosiaalisen median käytöstä. Artikkelien otsikointi on usein negatiivista, mutta asiantuntijoiden näkökulmat maltillisia.

NUORTEN HAASTATTELUT

■ “Niinku mua ei kiinnosta joku saakelin tyhmä peiliselvie”

Haastattelumetodi ja ikäryhmän rajaaminen

Valitsin vuosina 2002-2004 syntyneet, tällä hetkellä yläkouluikäiset nuoret haastatteluiden ikäryhmäksi, sillä halusin haastatella nuoria jotka eivät ole kokeneet aikaa ennen internetiä ja mobiililaitteita. Esihaastattelin nuoria ennen varsinaista haastattelukierrosta koetellakseni mahdollisia omia ennakkokäsityksiäni sekä kokeillakseni käytännössä miten valitsemani puolistrukturoitu haastattelumetodi toimii nuorten kanssa. Puolistrukturoidussa haastattelussa käydään läpi haastateltavien kanssa läpi samat aihepiirit, mutta kysymysten muotoilu ja järjestys saattavat vaihdella (Ruusuvuori ja Tiittula, 2009, 11).

Puolistrukturoitu haastattelu, toiselta nimeltään teemahaastattelu, valikoitui metodikseni sillä toivon haastattelutilanteen pysyvän melko vapaamuotoisena ja keskustelunomaisena. Metodi mahdollistaa tarkentavien lisäkysymysten esittämisen ja improvisoinnin haastattelutilanteessa. Sen etuna on myös, ettei metodissa oleteta haastateltavilla olevan yhteisiä kokemuksia, vaan haastateltavien ajatuksia, uskomuksia ja tunteita voidaan tutkia yksilötasolla (Hirsijärvi ja Hurme, 2009, 48). Halusin esihaastattelutilanteessa kohdata nuoret mahdollisimman avoimesti sekä samalla selvittää mitkä haastattelukysymykset ovat toimivia, miten kysymyksiä voisi parantaa ja miten itse voisin toimia paremmin synnyttääkseni mahdollisimman hyvän vuorovaikutustilanteen.

Lasten ja nuorten haastattelemisen erityispiirteitä

Ennen haastatteluja pohdin, mahtavatko nuoret edes vastata kysymyksiini ja miten he suhtautuvat tilanteeseen. ”Länsimaisissa kulttuureissa nuoruuteen kuuluu etäntyminen aikuisten maailmasta. Siksi nuoret eivät välttämättä halua, että heidän asioitaan udellaan. Haastattelun onnistumiseksi heidän on saatava tutkimuksen ´puolelle´, motivoituneiksi vastaamaan.” (Hirsijärvi ja Hurme, 2008, 128).

Kvalitatiivinen haastattelu on Maarit Alasuutarin mukaan menetelmä, jonka katsotaan mahdollistavan lasten oman äänen kuulemisen ja esiintuomisen. Lapset tulee nähdä aktiivisina sosiaalisina toimijoina ja haastattelijan on tärkeä kiinnittää huomiota vuorovaikutukseen haastattelutilanteessa. (Ruusuvuori ja Tiittula 2009, 145).

Alasuutari erottelee neljä osa-aluetta, jotka tutkijan tulee huomioida pyrkiessään mahdollisimman otolliseen vuorovaikutukseen. Ensimmäinen on tutkimuksen sosiaalinen kenttä. Lapsen haastattelu tapahtuu aina ”kolmiosuhteessa” haastattelijan ja huoltajan kanssa, sekä neljänneksi toimijaksi tulee mahdollinen instituutio, jonka kautta haastattelu toteutetaan, omassa tutkimuksessa nuorten koulu. Tutkimuksesta ja haastattelutilanteesta onkin tärkeää antaa etukäteen riittävästi tietoa kaikille osapuolille, tietysti myös lapselle itselleen. (Mt., 147.) Toinen vuorovaikutuksen laatuun väistämättä vaikuttava asia on tutkimusasetelman teoreettiset lähtökohdat eli tutkimuksen paradigma ja metodologia, ja tutkijan henkilökohtainen koulutus- ja kulttuuritausta (mt., 148).

Lapsen ja aikuisen haastattelijan välillä vallitsee aina epätasa-arvo ja valtaero, ja tämä on lasten elämässä arkipäivää. Vallan myötä aikuisella on oikeus kysyä lapselta kysymyksiä ja odottaa hänen vastaavan. Vastaukset saattavat kuitenkin kertoa enemmän siitä, mitä lapsi olettaa haastattelijan haluavan vastauksilta kuin siitä, miten asiat näyttäytyvät hänen omassa elämänpiirissään. Pyrkimyksestä ”oikeaan” saattavat olla merkkeinä useat ”en tiedä” tai ”en muista”- vastaukset. Haastattelun suorittaminen esimerkiksi kouluympäristössä saattaa edelleen vahvistaa tätä valtaeroa, sillä haastattelijan ja haastateltavan välinen suhde vertautuu opettajan ja oppilaan suhteeseen. (Mt., 152.).

Neljänneksi haastattelijan tulee sovittaa puhetapansa lapsen omaan kielelliseen ilmaisuun, eli lapsen kielen pitää olla haastattelun pääkieli. Tämä tarkoittaa lapsen kehityksellisen tason huomioimista ja edesauttaa sitä, että lapsi pystyy kuvaamaan ja ilmaisemaan asioita omista lähtökohdistaan. (Mt., 154.) Haastattelun kysymykset on hyvä liittää lapsen arkirutiineihin ja arjen toimintoihin, sillä tällainen muotoilu helpottaa vastaamista (mt., 158).

Alasuutari huomauttaa myös, että avointen kysymysten on ajateltu tuottavan omasanaisia vastauksia, mutta tärkeää vuorovaikutustilanteessa on myös haastateltavalle annettu puhuttu palaute. Lyhyellä puhutulla vastauksella viestitään haastateltavalle siitä, että hänen odotetaan jatkavan puhetta samasta aiheesta ja haastatteliija hyväksyy edellisen vastauksen. (Mt., 156.)

Oma tutkimuspositio ja ennakko-oletukset

Omat ennakko-oletukseni nuorten vastauksista perustuvat taustaani valokuvataiteen parissa, kuvakäsitykseeni, omaan toimintaan sosiaalisessa mediassa ja eri lähteistä lukemaani tietoon ja mielipiteisiin nuorten elämästä. Valokuvataidetta pitkään opiskelleena ja taiteen piirissä toimineena oletan, että oma kuvakäsitykseni on mahdollisesti laajempi tai ainakin erilainen kuin henkilöillä, joille kuvakulttuuri ei ole keskeinen elämän sisältö. Valokuva on mielestäni aina kontekstisidonnainen ja monitulkintainen, eikä sosiaalisen mediankaan sisältönä redusoidu tykkäyksien määrän mittapuuksi.

Lähipiiriini ei kuulu valitsemani ikäryhmän nuoria, joten tietoni nuorten ajatuksista ja kuvaamisen tavoista ennen haastatteluja olivat vähäiset sekä pitkälti mediasta saadun tiedon varassa. Pyrin myös ennen haastatteluja tiedostamaan, että nuoret saattavat käyttää mobiilikuvauksen käytännöistä ja sosiaalisesta mediasta puhuessaan kieltä, joka ei ole minulle ennestään tuttua, ja vastata tavalla, jota en lainkaan osaa ennakoida.

Oletin nuorten kuvaavan paljon ja päivittäin puhelimillaan. Arvelin heidän valikoivan aiheensa tarkoitushakuisesti kuvien jakamiseksi nopealla tahdilla sosiaalisessa mediassa. Oletin, että he ovat tietoisia trendeistä ja muoti-ilmiöistä ja hyödyntävät niitä kuvissaan. Mielessäni myös hyväksynnän hakeminen sosiaalisen median kautta oli tärkeä syy kuvaamiselle. Ajattelin, että nuoret julkaisevat henkilökohtaistakin kuvamateriaalia, eivätkä suhtaudu kovin tiukkapipoisesti kuvien julkiseen esittämiseen.

Esihaastatteluiden toteutus

Esihaastattelut järjestettiin Karkkilan yhteiskoulussa 24.11.2017 kuvataideopettaja Anni Halosen avustuksella. Halosella oli meneillään kahdeksasluokkalaisten valinnainen valokuvauskurssi, jonka kaikilta osallistujilta tiedusteltiin halukkuutta osallistua haastatteluun.

Halukkaiden oppilaiden huoltajille lähetettiin tutkimusta lyhyesti kuvaileva ja suostumusta pyytävä saatekirje Wilma-järjestelmän kautta. Lastensuojelun keskusliitto (Ojala, 2011, 6-7) ohjeistaa journalisteille suunnatussa julkaisussa, että pääsääntöisesti alle 15-vuotiailta on hyvän tavan mukaista pyytää huoltajan lupa haastatteluun. Myös Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2009, 2) katsoo, että alle 15-vuotiaiden huoltajilla on oltava mahdollisuus kieltää lasta osallistumasta tutkimuksiin. Kaikkien halukkaiden nuorten huoltajat myönsivät luvan haastatteluun. 15 vuoden ikää pidetään vedenja-

kajana suhteessa vanhempien suostumuksen pyytämiseen, sillä yli 15-vuotiaat ovat muun muassa rikosoikeudellisessa vastuussa (Ojala, 2011, 6-7).

Koska minulla ei ollut ennestään kokemusta nuorten kanssa toimimisesta halusin noudattaa lupaprosessissa erityistä varovaisuutta ja varmistaa, että kaikki osapuolet ovat suostuvaisia haastatteluun osallistumiseen. Alkuvalmistelut lupaprosesseineen takasivat, että haastateltavat olivat motivoituneita vastaamaan kysymyksiini. Nuoret saattavat olla kapinahenkisiä ja herkkiä sille, että haastattelu järjestetään koulussa ja kouluaikana, tai käyttää haastattelutilannetta keinona päästä pois tunnilta ja vastailla kysymyksiin ylimalkaisesti ja lyhyesti (Hirsijärvi ja Hurme, 2008, 128).

Haastateltavakseni suostui neljä valokuvakurssille osallistuvaa vuonna 2003 syntynyttä tyttöä. Koin, että nuorten opettaja Anni Halonen oli hoitanut tiedotuksen sekä nuorille että huoltajille erinomaisesti, sekä myös esitellyt tutkimusintressiäni nuorille sopivalla kielellä. Ennen haastatteluja esittelin itseni koko luokalle ja pidin opettajan toiveesta koko ryhmälle noin viiden-toista minuutin mittaisen esityksen valokuvauksesta ammattina. Huomasin tässä yhteydessä käyttäväni liikaa nuorille tuntematonta valokuvauksen ammattisanastoa.

Haastattelut järjestettiin kuvataideluokan rauhallisessa takahuoneessa kahden kesken nuorten kanssa. Kestoltaan ne vaihtelivat kuuden ja seitsemäntoista minuutin välillä. Ennen varsinaista haastattelua pyysin nuoria vastaamaan vapaasti ja rennosti omin sanoin sekä painotin, että kysymyksiin ei ole olemassa oikeita eikä vääriä vastauksia. En esitellyt tutkimustani nuorille enää tässä vaiheessa uudelleen. Nauhoitin haastattelut litterointia varten, eikä minulla tällöin ollut mahdollisuutta samaan aikaan tehdä muistiinpanoja litterointia varten, sillä parempi, oikea käteni oli murtunut ja kipsissä. Toisaalta se etten pystynyt kirjoittamaan mahdollisesti paremman elekieli- ja katsekontaktin nuorten kanssa, sillä kirjoittaessani olisin todennäköisesti katsonut enemmän joko haastattelukysymyksiä tai muistiinpanojani.

Valmistelemani teemat/ kysymykset:

Nimi, ikä/syntymävuosi

Miten kuvaat päivän/ viikon aikana?

Mitä kuvaat? (aiheet)

Mihin jaat kuvat?

Jaatko heti kuvanottohetkellä vai myöhemmin?

Jaatko muiden ottamia/ netistä kopioituja?

Kuvaatko jotain mitä et jaa?

Sovellukset: (Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter?

Whatsapp, pienryhmät? Muita?)

Käsitteletkö kuvia, miten, aina vai joskus? Filtterit, tarrat, teksti?

Minkälaisia kuvatekstejä?

Sovellukset: seuraajat, tykkäykset, kommentointi

Kuvat ystäville, perheelle, laajemmalle tuttavapiirille, täysin julkisia?

Miten eroaa?

Pohtiiko kuvien julkisuutta?

Kuvaaminen & ”muoti-ilmiöt” – seuraako?

Suostuuko kuvamateriaalin käyttöön tutkimuksessa?

Mitä kuvia suostuu antamaan ja miksi ei muita?

Kävin kaikkien nuorten kanssa läpi kysymyslistaa, jonka pohjalta improvisoisin lisäkysymyksiä ja tarkentavia kysymyksiä. Aiheita ei käsitelty listan mukaisessa järjestyksessä, vaan pyrin kysymään edelliseen aiheeseen liittyvän kysymyksen noudatellen keskustelun omaa logiikkaa. Tämä valintani johti myös siihen, etten kysynyt kaikilta haastateltavilta kaikista teemoista. Halusin tietää nuorten suhteesta kuvaamiseen käytännön tasolla ja ensimmäinen kysymys siitä, kuinka usein haastatellut kuvaavat toimi myös samalla hyvänä keskustelun avauksena.

Kuvien jakamisen suhteen pyrin kyselemään tarkasti eri sovellusten käytöstä, sillä sovellusten ominaisuudet vaikuttavat kuvien käyttötarkoitukseen ja estetiikkaan. Nuorten kuvausintentioista sain vihjeitä kysymällä kuvaaatko he usein jotain mitä eivät jaa sosiaalisessa mediassa lainkaan ja kenelle he ajattelevat jaetujen kuvien olevan ensisijaisesti kohdennettuja. Kaiken kaikkiaan halusin siis käsitellä mobiilikuvausta esihaastatteluissa mahdollisimman laajasti saadakseni käsityksen nuorten ajatuksista.

Kysyin nuorilta suostuvatko he antamaan kuva-aineistoaan käyttööni ajatuksenani että voisin mahdollisesti tutkia sitä suhteessa heidän haastatteluissa antamiinsa vastauksiin. Kolme neljästä haastattelusta työstä kertoikin minulle tätä varten nimimerkkinsä Instagramissa. Työn edetessä huomasin kuitenkin, että media-aineistossa ja haastatteluissa on käsiteltävää riittävästi ilman kuviakin. En halunnut katsoa tyttöjen kuvatilejä kirjoitusprosessin aikana, sillä ajattelin kuvien väistämättä vaikuttavan siihen miten suhtaudun haastatteluvastauksiin.

Vaikka tutkimuksen media-aineisto käsittelee puhetta selfiestä, en halunnut ensisijaisesti painottaa ottavatko nuoret selfieitä ja mitä he ajattelevat niistä. Muotoilin asian yleisemmin suosituimmista kuvausaiheista kysyessäni: kuvaavatko nuoret usein itseään, ystäviään tai esiintyykö heidän julkaisemissaan kuvissa ylipäättään ihmisiä. Toivoin, että mahdollisemman avoimella suhtautumisella vuorovaikutustilanteeseen nuorten kuvaamisesta, kuvien jakamisesta ja niihin liittyvistä asenteista paljastuisi haastatteluissa jotain, jota en osannut tutkimuksen alkuvaiheessa ennakoida laisinkaan.

Esihaastatteluaineiston esittely

Haastattelujen jälkeen litteroin aineiston sanatarkasti. Tässä esitetyistä lainauksista on luettavuuden takia poistettu suurin osa täytesanoista. Litteroinnin jälkeen koostin tyttöjen vastaukset yhteen dokumenttiin teemoittain ja muutin haastateltujen nimet. Haastattelijä on merkitty lainauksiin H- kirjaimella. Seuraavaksi erittelen esihaastatteluissa esiin nousseita teemoja suh-

teessa omiin ennakko-oletuksiini. Teemoittelussa etsitään aineistosta yhdistäviä ja erottavia tekijöitä ja aineistoa järjestellään teemojen alaisuuteen. Usein haastatteluissa nousee esiin tutkijan valmiiksi valitseminen lisäksi muitakin kiinnostavia teemoja (Hirsijärvi ja Hurme, 2009, 173).

Yläkoulussa seitsemännän luokan jälkeen kuvataiteen opetus on nuorille vapaaehtoista. Haastatellut olivat kaikki valinnaisen valokuvauskurssin oppilaita ja pelkästään se, että he olivat valinneet kurssin kertoo heidän olevan jossain määrin motivoituneita valokuvauksen suhteen. Kurssin myötä oli myös kiinnostuttu valokuvauksesta enemmän kuin aiemmin, kuten Ella: "...nyt kun on ollu näit valokuvauskursseja niin se on ehkä vähän innostanu muutenki. Et sit kun mul on koulus kamera mukana niin mä oon ottanu vaik aamul auringon noustessa jostain ikkunasta ihan ja sitte mä käyn koulun jälkeen luonnossa kuvailemassa..." Kuvaamiseen liittyvät kysymykset olivat siis samanaikaisen kurssin ansiosta jo läsnä nuorten elämässä.

Haastatellut tytöt olivat erittäin välinetietoisia. Tätä en osannut ottaa huomioon kysymyksiä valmistellessani, sillä oletin virheellisesti heidän kuvaavan pääasiassa mobiililaitteilla, eli älypuhelimillaan tai mahdollisesti tabletilla. Kolme neljästä kertoi kuvaavansa aktiivisesti myös muulla kameralla kuin puhelimellaan. Esimerkiksi Iida vastasi kysymykseeni kuinka usein kuvaat haluten tarkennusta kysymykseen välineen suhteen: "No tota ai niinku puhelimitel vaikka?" H: "Ihan millä vaan". Venla aloitti vastauksensa välinespesifillä esimerkillä kuvaustavoistaan: "No nytten tän viikon aikana en oo kuvannu järkkärillä koska ei oo ollu valokuvausta vielä, mut mul oli eilen synttärit, niin mä kuvasin aamulla kakkua ja ympäristöö, koristeita ja lahjoja ja sun muuta."

Tytöt kertoivat ottavansa valokuvia kuvausvälineestä riippumatta muuttaman kerran viikossa, mutta eivät suinkaan päivittäin. Kuvien aiheista luonto oli kaikkein suosituin kuvauskohde. Sara kertoi kuvaavansa "kasveja jos niitä on ... metsää, taivasta ja muuta" ja Venla kertoi "Mä tykkään kuvata paljon just kesällä. Mä tykkään kuvata paljon kukkii ja puita ja sit syksyllä ku on ruska." Muita mainittuja kuva-aiheita olivat merkittävät tapahtumat, harrastukset ja matkat. "Ja sit mä kuvasin ku meil oli köksää, niin mä kuvasin vaan puhelimella. Mä laitoin mun Snäpin mystoorin tieks et me tehtiin poronkäritystä ja sit mä kuvasin siitä kuvan mihin tuli hienosti niitä puolukoita. Vähän semmosii niinku outoja aiheita sieltä täältä.", kertoi päivän kuvasaldostaan Venla.

Kysymykseeni kavereiden tai itsen tai ylipäättään ihmisten kuvaamisesta nuoret vastasivat, että se on havinaisempaa kuin luonnon tai merkkihetkien kuvaaminen. "No en mä itteeni kovinkaan paljoo, mut sit ratsastuskuvii mä otan mun kavereista" vastasi Sara. Kuvaaminen oli nuorille myös sisarusten

välinen yhteinen harrastus. Iida kertoi kuvaamisen olevan isosiskonsa ja hänen yhteinen ajanviete: ”No joskus joo (kuvaa itseä, kavereita tai ihmisiä), tai siis mä käy yleensä isosiskon kaa kuvaamassa. Ja sit se niinku ottaa musta jotain parikuvia”. Ella sanoi kuvaavansa yhdessä neljä vuotta nuoremman sisarensa kanssa keräiltäviä pienoishetosfiguureita, ja myös opettavansa hänelle kameratekniikkaa.

Nuorten vastauksista ei ole luettavissa ennakko-oletukseni mukaista aiheiden valitsemista ennakolta sosiaalista mediaa silmällä pitäen. Oletin nuorten pohtivan jo kuva-aiheita valitessaan minkälainen kuva olisi suosittu sosiaalisessa mediassa, mutta luuloni osoittautui vääräksi. Haastatellut kertoivat jakavansa kuvia Instagramiin, Snapchattin ja huomattavasti harvemmin Facebookiin. Myös Whatsupissa lähetellään kuvia silloin tällöin, mutta se ei tullut mainituksi niin usein kuin muut sovellukset. Neljästä haastattelusta erottui Sara, joka kertoi jakavansa kuvia vain harvoin ja säilyttävän ne mieluummin vain itsellään, mutta käyvänsä kuitenkin usein Instagramissa seuraamassa kavereidensa julkaisuja. Sara oli vähiten motivoitunut vastaamaan kysymyksieni, hän vastaili niukasti ja lyhyesti verrattuna muihin haastatteluun osallistuneisiin.

Kuvien jakaminen Instagramiin ei tapahdukaan nuorten vastausten mukaan yleensä pian kuvan oton jälkeen kuten oletin. He harkitsevat julkaisemista ensin tarkoin. Kaikki haastatellut kertoivat käsittelevänsä kuvia ennen julkaisua. Tästä esimerkkinä keskustelu Iidan kanssa, jossa hän kertoo pohtivansa kuvan julkaisemista sekä itse ja että usein myös lähipiirinsä kanssa. Esittämäni ajatus siitä, että kuva jaettaisi heti saa hänet keskeyttämään kysymykseni alkuunsa:

H: Mites sitte ku sä otat jonku semmosen hyvän kuvan niin laitaksä sen heti jakoon..

Iida: En

H: ..vai pohdiksä sit tosi pitkään

Iida: Mä pohdin. Ensinnäki mä katon et sopiiks se siihen ja sitte mä mietin et emmä voi viel sitä jakaa ... ja sit mä voin vast jakaa sen et näyttäis hienommalta, paremmalta.

H: Miks se näyttää hienommalta myöhemmin?

K: Emmä tiedä, mut ku sä pystyt muokkaa sitä vielä vähän paremmaks tai sitten jos sä saatkin paremman kuvan.

H: No kattottekste yhdessä sun kavereitten kanssa niit kuvii?

Iida: No joo joskus tai yleensä mä kyl kysyn kavereilta et viittiskö jakaa tän IGseen (Instagramiin). Aika useesti (on tapana kysyä kannattaako kuva julkaista vai ei), mä kysyn joko mun siskolta tai sit mun kavereilta

tai molemmilta. Jos mä laitan tyyliin ihan läpäl jonku et viittiskö jakaa ton niin niin sit se vaan laittaa vaan isolla et ei.

Haastatelluista Venla kertoo, että saattaa julkaista kuvansa melko pian kuvaustilanteen jälkeen. Tässä vaiheessa hän on kuitenkin kokenut kuvaustilanteen niin tärkeäksi että on keskittynyt ottamaan siitä monta erilaista ruutua: “Ehkä mä jaan sen heti. Ja mä aattelen jos mä otan kuvan, niin mä otan monta kuvaa. Mä katon et jos päivittää vähän jotain (Snapchat tai Instagram) ja sit mä laitan sen sinne ja jonku kuvatekstin. Et kyl mä yleensä laitan niin-ku jonku niistä.”

Kuvien julkaisemisen kynnys on siis nuorilla melko korkea, ja tämä käy ilmi myös vastauksista kysymykseen kuvaavatko nuoret mielellään jotain aiheita mitä eivät halua jakaa sosiaaliseen mediaan, vaan pitävät kuvat täysin yksityisinä. Ella pitää taivaan värien kuvaamisesta, muttei usko sen kiinnostavan sosiaalisessa mediassa: ”Taivasta on aika kiva kuvaa mut sitä ei ehkä, se ei oo niin kiinnostava semmonen mitä julkasis yleensä, mut etenki illalla ja aamulla jos mä oon ottanu ja sitä mä oon ottanu yölläkin vähän tähdistä ja kuusta, ja sit päivälläkin. Siis taivaan värit on vaan mun miellestä niin kivat et niit on kiva kuvailla.” Iidan mielestä äidin ottamat kuvat ovat noloja ja niitä hän ei halua ”todellakaan jakaa”. Venla vastasi, ettei julkaise kuvia esimerkiksi sukujuhlista vaan kuvaa paljon itselleen muistoksi erityisesti tapahtumissa: ”Ittelleen muistoks mä tykkään ottaa paljon kuvii erilaisist hetkistä, esim ne mun synttärit mist mä eilen otin kuvia ja vähän semmosii just et mitä mä oon tehny. Mä en ota niit siks et mä jakaisin ne vaan että muistoks enemmänkin.”

Kukaan nuorista ei haastattelutilanteessa myöntänyt sosiaalisen hyväksynnän ja tykkäysten olevan tärkeä syy kuvien julkaisemiselle. Kaikki neljä haastateltua ilmoittivat, että tykkäysten määrällä ei ole väliä. Toisaalta huomaa tässä kysymyksessä johdatelleeni nuoria huonolla kysymyksenasettelulla asettamalla vastakkain kuvien ottamisen itseä varten ja kuvaamisen sosiaaliseen mediaan, kuten tässä keskustelussa Ellan kanssa: ”Onks se tärkeää että saa paljon tykkäyksii tai mietiksä sitä kuvan ottohetkeä et tykkääköhän tästä nyt tosi monet ihmiset vai kuvaaksä ittees varten enemmän?”, johon Ella vastaa ”Kylhän se on sit kiva ku huomaa et on paljon (tykkäyksiä), moni ihminen on nähny ja tykänny, mut sillee se ei oo ehkä niin tärkeä juttu ku et ottaa kuvii ja laittaa niit sitte.” Valmiiksi muotoiluilla ja standardoiduilla kysymyksillä olisin voinut välttää edellä mainitun kaltaisen vastakkainasettelun, mutta toisaalta tämä olisi jäykistänyt haastattelutilannetta keskustelunomaisesta enemmän kysymys – vastaus suuntaan.

Ella näkee Instagramin paikkana, johon voi albumimaisesti tallettaa ku-

via itseään varten, eikä hän tavoittele suuria seuraajalukuja: ”Instaan julkasee vähän itelleki talteen ja muut saa nähä niitä. Et se ei oo ihan sillee et just niitä (seuraajia) varten, et se vois periaattees pyörii ilmankin, mut sitte se olis ehkä, niin no. Mut et se ei oo ihan seuraajist kii.” Instagramissa nuoret kertoivat seuraavansa kavereitaan, sukulaisiaan, harrastuksiin ja kiinnostuksiin liittyviä tilejä, suosittuja YouTube-kanavan pitäjiä sekä joitain julkisuuden henkilöitä kuten näyttelijöitä. Oma ystäväpiiri, koulukaverit, sukulaiset ja kauempana asuvat tuttavuudet joita tapaa harvemmin tosielämässä olivat kuitenkin tärkeämpiä kuin julkisuuden henkilöt.

Venla kertoi ajatuksistaan tuttujen seuraajien ja omien julkaisujen suhteen näin:

”No mä tykkään kattoo muitten kuvia ja mä tykkään itte laittaa sellasii kuvia (jotka) kertoo mun elämästä enemmän. Ku näkee tääl koulussa ihmisiä niin ei ne voi tuntee sua mitenkään. Et ne näkee sut ja vois kertoa enemmän elämästään ja enemmän tutustuu ihmisiin. Et esim vau toi on eri kansalainen. Et saa tietää eri ihmisistä enemmän siellä. Et saa yhteyttä ihmisiin enemmän. Ei mua kiinnosta et kuinka paljon seuraajia mulla on, vaan mua kiinnostaa et ketkä seuraa mua. Niin mä en hae niit seuraajii vaan mä enemmänki ehkä, sillee et saa tietää enemmän ihmisistä. Siel näkyy ne luonteet enemmän.” Seuraamistaan tileistä, jotka kuuluvat muille kuin ystäville tai tuttaville hän kertoi näin: ”Mua kiinnostaa esim just tää tanssi .. Mä seuran youtubettajia ja mitä mä katon. Ehkä enemmänkin niitten elämää, mitä ne tekee. Et tulee vähän semmonen et ne on kuuluisia ja ne on tosi hyviä siinä mitä ne tekee, mut ne on kuitenkin ihmisiä, niitten arkea on hauska seurata.”

Suhtautuminen kuvatekstien kirjoittamiseen vaihteli haastatelluilla melko välinpitämättömästä (”emmä yleensä laita”) vaihtelevaan (”joskus mä laitan tekstin mut joskus mä laitan jonku kaks emoiijii ku ei jaksa kirjottaa tai ei tiedä kuvatekstii mitä vois laittaa”) ja hieman tarkemmin harkittuun (”mä saatan joskus pistää jonku tekstin tai jonku vaik lauseen tai jonku sanan mikä siihen sopii”). Nuorten Instagramissa julkaisemien kuvien yhteydessä synny juurikaan keskustelua ja osa vastaajista kertoi keskustelewansa enemmän Snapchatissä. Instagramissa kuviin saa kommentteina toivotuksia, emoijeita ja kehuja kauniista kuvasta.

Selfie-uutisoinnin perusteella ajattelin, että muoti-ilmiöt olisivat tärkeämässä asemassa kuin mitä haastatteluissa tuli ilmi. Oletin, että ainakin nuoret olisivat hyvin tietoisia mikäli trendejä on haastatteluhetkellä olemassa, ja kenties jopa käyttäisivät niitä tietoisesti hyväkseen omassa kuvailmaisusaan.

Kukaan haastatelluista tytöistä ei kuitenkaan kertonut kuvaavansa tietynlaisia kuvia sosiaalisen median muoti-ilmiöiden innoittamana. Ella kertoi ystäväpiirinsä osallistuvan mielellään piirustuskilpailuihin Instagramissa, ja Venla paheksui jo lopahtanutta selfietrendiä: ”Mä en itse siis, mä vihaan tätä yli kaiken mut aina ihmiset otti selfieitä tai jotain kuvii ku niil oli käsi täs suun päällä. Mä vihasin sitä yli kaiken. Niitä kuvia tuli paljon mut mä en ikinä otanu sellasta.” Snapchatissä ylläpidettävä kahdenkeskinen mahdollisimman pitkä yhtämittäinen kommunikaatio, streak, oli ainut trendi mikä tuli esiin ajankohtaisena muoti-ilmiönä.

Venla oli haastatelluista tytöistä puheliain ja hänellä oli paljon asenteellista sanottavaa sosiaalisen median muoti-ilmiöistä. Hän pohti, että kenties kuvien ottajat eivät lainkaan huomaa kopioivansa muita: ”Kai se jotenki ku ite ei tiedosta jos jotenki on samassa mut sellaseen muotiaaltoon yhtyy.” Trendeihin mukaan meneminen osoittaa Venlan mukaan kypsymättömyyttä:

“Et kopioi toisia tosi paljon ja esittää. Et niil ei oo kauheesti omaa ajattelutapaa melkeen. Et ne laittaa ihan tismalleen samanlaisen kuvan mut ittestään siihen vaan. Joku ottaa jonku peiliselfien ni sit joku toinen laittaa peiliselfien. Joku ottaa kuvan jostain maisemasta ja toinen ottaa maisemasta. Just buumit ärsyttää mua ihan sikana koska niis ei oo kyl kauheesti järkee. Onhan jotkut hauskoja kuvia ja sillee jos on just kavereitten kaa jossain. Kyl niit on ihan kiva kattoo et mitä muille tapahtuu. Mut se et laittaa kopioita muitten kuvista niin siin ei oo mitään järkee. Koska ne ei tuo niitten persoonaa esiin ollenkaan.”

Kuvilla tulisi Venlan mukaan ilmaista aitoa, omalaatuista persoonallisuuttaan ja todellista minäänsä:

”Mä en oo semmonen huomionhakuinen joka laittaa vaan, ihmiset laittaa kuvia ... esittää siinä kuvassa erittäin paljon. Mutta todellisuudessa ne ei välttämättä oo sen tapasii ihmisii. Et niinku ehkä somessa just kerätään huomioo. Mä en tee sitä koska mua ei ehkä niin kauheesti kiinnosta. Sen huomaa muista käyttäjistä, et ne on vähän eritapasia, ne on huomionhakisempia. Sellasii ehkä vähän feikimpiä ku normielämässä.”

Liiallinen huomionhakuisuus ja vääränlainen itsensä esittäminen ei jää Venlalta huomaamatta, ja ylenpalttinen seuraajien haaliminen seuraamalla kaikkia on hänen mielestään myös paheksuttavaa. ”Mua ei kiinnosta joku saake-

lin tyhmä peiliselvie, jos siin ei oo mitään sellast ajankohtasta tai jotain mitä mua kiinnostais.”

Ennakko-oletukseni oli, että nuoret jakavat kuvaamaansa materiaalia melko vapaasti sosiaalisessa mediassa. Tämäkin käsitykseni osoittautui vääräksi ja nuoret osoittautuivat hyvin tietoisiksi kuviensa mahdollisesta julkisuudesta ja siitä, etteivät julkaise liian henkilökohtaista kuvamateriaalia. Kysellessäni julkisuuden ja yksityisyyden suhteesta kolmella neljästä vastaajasta oli asiasta varma mielipide.

Instagramin suhteen Ella oli ratkaissut asian pitämällä kahta erillistä, julkista ja yksityistä tiliä eri kuvasisällöille, ja pitämällä huolta ettei julkisella tilillä ole liian henkilökohtaista sisältöä. Saran tili oli yksityinen eikä hän hyväksy tuntemattomia seuraajia. Venla oli erityisen selvä vastauksissaan yksityisyyden suhteen: ”(kuvat ovat Instagramissa) ...enemmän henkilökohdasia. Emmä ikinä anna kenenkään muun seurata ketä mä en tunne, ne on enemmän mun kavereita. Mä en oo semmonen ... ku muut kerää seuraajii niin mä en. Jos joku tämmönen outo nimimerkki ja sit se on joku ketä mä en oikeesti tunne. Mä oon sillee et ei mua kiinnosta, emmä anna sen seuraa”.

Ainoastaan Iidalla tili oli julkinen, ja kysellessäni asiasta lisää hän suhtautui jatkokysymyksiin hieman epävarmasti. Ensin hän kertoi, ettei julkisuus haittaa ja lisätykkäykset ovat tervetulleita myös tuntemattomilta, mutta kertoi kuitenkin saattavansa estää tuntemattomia näkemästä kuvasisältöjä: ”... kyl niit tulee (tuntemattomia seuraajia) mut ei se oo kyl oikeen kiva ku sä et tunne niitä niin sitten joko mä estän niitä tai sit mä teen sillee et ne ei pysty nähä mun tilii.” Satunnaiset tykkäykset olivat siis tervetulleita tuntemattomilta, mutta tuntemattomien seuraajien saaminen oli Iidan mielestä epämiellyttävää.

Kaiken kaikkiaan haastattelemanı tytöt olivat välinetietoisia ja kaikkia paitsi Saraa voisi kuvailla satunnaisen näppäilijän sijaan valokuvauksen harrastajiksi. He olivat hyvin perillä sosiaaliseen mediaan julkaisemiensa kuvien suhteesta heidän yksityisyyteensä. He eivät keräilleet tykkäyksiä tai suurta seuraajajoukkoa identiteettinsä tueksi, mutta ovat kuitenkin tietoisia että jotkut saattavat näin tehdä. Vastauksiin saattaa toki vaikuttaa, että olisi epämiellyttävää tai noloa vastata välittävänsä tykkäyksistä.

Eniten yllätyin haastatteluiden tuloksissa siitä, etteivät haastattelemanı nuoret olleet kiinnostuneet juurikaan itsensä tai ihmisten kuvaamisesta, vaan ilmoittivat mieluiten kuvaavansa luontoa. Se, että haastateltavat kertoivat kuvaustilanteen ja kuvien katselun olevan lähipiirin kanssa suoritettavaa sosiaalista toimintaa oli erityisen kiinnostavaa. Myös kahden tilin taktikka yksityisyyden varjelemisessa oli ilmiö, johon olen omassa sosiaalisen median

käytössäni tutustunut vain ammatti- ja yksityistilien erottamisen kautta. Se, että nuoret pohtivat kuvien jakamista pitkään ei vastannut mielikuvaani nopeatempoisesta sosiaalisen median läsnäolosta. Toisaalta keskusteluissa keskityttiin kuvien julkaisemiseen Instagramissa, eikä Snapchatin sekunneissa katoaviin kahdenvälisiin viesteihin tai Instagramin samankaltaiseen Stories-ominaisuuteen, jossa julkaisut katoavat 24 tunnin kuluttua.

TOINEN HAASTATTELUKIERROS

”Et puhelimet, se on ain sulla jossain taskussa tai jossain. Voi ottaa pikku kuvan. Tai monta.”

Esahaastatteluista opittua - muutokset haastattelumetodiin

Esahaastattelujen pohjalta koin, että tietoni nuorten kuvauskäytännöistä ja asenteista kuvien jakamiseen suhteen olivat huomattavasti paremmat kuin projektin alussa. Esahaastatteluprosessin kiistaton etu oli myös se, ettei nuorten kohtaaminen enää jännittänyt samalla tavalla eli osasin suhtautua haastattelutilanteeseen avoimemmin ja rennommin.

Ensimmäisten haastattelujen tulosten koostaminen oli työlästä, sillä kysyin nuorilta paljon improvisoituja kysymyksiä ja käsiteltyjen teemojen järjestys oli kaikissa haastatteluissa erilainen. Valintani johdosta esahaastatteluissa nuoret eivät kaikki vastanneet samoihin kysymyksiin. Päätin siis nyt esittää samat kysymykset kaikille samassa järjestyksessä helpottaakseni vastausten käsittelemistä. Lisäkysymykset ja tarkentavat kysymykset asettuivatkin hyvin teemakysymysten alle.

Halusin esittää toisella haastattelukierroksella nuorille osittain samoja kysymyksiä kuin esihaastatteluille, sillä tämä mahdollisti tulosten vertailun ja aineistojen yhdistämisen. Lisäksi esihaastatellut tytöt olivat valokuvauskurssin valinneita, välinetietoisia ja medialukutaitoisia, ja toivoin saavani varsinaisiin haastatteluihin vähemmän valokuvauksen käytäntöihin perehtyneitä nuoria.

Jätin muutamia teemoja pois esihaastatteluihin verrattuna kuten kysymykset kommenteista, kuvankäsittelystä ja filtereistä. Kuvien jakamisesta ja sovelluksista kyselyn korvasin avoimemmalla kysymyksellä siitä, mitä kuville tapahtuu kuvaamisen jälkeen. Lisäksi esihaastatteluista rohkaistuneena halu-

sin kuulla kuvauskäytäntöjen lisäksi mitä mieltä nuoret olivat mieltä mobiilikuvauksesta, kuvien jakamisesta ja selfiestä ilmiöinä.

Haastatteluiden toteutus

Etsin haastateltavia Facebookin kautta ensin opettajille suunnatusta suljetusta ryhmästä, jossa jäsenenä on noin 3000 opettajaa. En kuitenkaan tätä kautta saanut yhteydenottoja, joten seuraavaksi tein Facebookissa omalle seinälleni tilannepäivityksen, jossa pyysin apua tuntemiltani opettajilta. Pyysin myös ystäviäni levittämään sanaa merkitsemällä tuntemansa opettajat päivitykseeni. Tätä kautta sainkin yhdeksän opettajakontaktia, joihin olin yhteydessä Facebookin Messengerin kautta. Tilannettani hankaloitti hieman se, että hain haastateltavia juuri koulujen hiihtoloma-aikaan.

Haastattelin 7.3.2018 viittä nuorta Helsingin Latokartanon peruskoulussa luonnontieteiden opettaja Johanna Kurosen avustuksella. Tällä kertaa haastatteluihin lupautuneet olivat vuonna 2002 syntyneitä yhdeksäsluokkalaisia poikia. Huoltajille lähetettiin Wilma-järjestelmän kautta saatekirje, mutta esihaastatteluista poiketen varsinaista suostumusta ei tällä kertaa pyydetty, vaan huoltajille tarjottiin mahdollisuutta kieltää nuoren osallistuminen niin halutessaan.

Nuoria oli informoitu tutkimusaiheestani selvästi vähemmän kuin esihaastattelukierroksella ja kohtasin heidät ensimmäistä kertaa haastattelutilanteessa. Esittelin heille itseni ja tutkimukseni lyhyesti ennen haastattelun aloittamista. Haastattelutilana toimi koulun varastohuone. Haastateltujen nimet on muutettu litteroinnin yhteydessä.

Haastattelukysymykset / teemat

Nimi & syntymävuosi

Mitä kuvaat? (Aiheet, kuvaako kavereita, itseä)

Kuinka usein otat kuvia?

Mitä kuville tapahtuu kuvaamisen jälkeen? (sovellukset, jakaako heti vai myöhemmin)

Kuvaatko jotain mitä et jaa?

Seuraajat

Tykkäykset

Sosiaalisuus kuvatessa / jakaessa kuvia

Julkisuus / yksityisyys

Muoti-ilmiöt

Mitä ajattelet mobiilikuvaamisesta?

Mitä ajattelet kuvien jakamisesta?

Mitä ajattelet selfeistä?

Minkälainen on kiinnostava kuva tai Instagram- tili?

Saako käyttää Instagram- kuvia tutkimuksessa? Sähköpostiosoite, jos tulee lisäkysymyksiä

Haastatteluaineiston esittely

Samoin kuin esihaastatteluissa, luonto oli suosituin kuvaamisen kohde kaikilla viidellä vastaajalla. Ilja sanoi kuvaavansa luontoa silloin kun se näyttää erityisen hyvältä, Kristian kertoi kuvaavansa mielellään koulun läheistä peltoa: ”Joskus vaan luontokuvii eli vaik jostain auringosta tai sit jossain pellostä, kutos on hieno pelto niin siit voi ottaa hyvii kuvii”. Maisemat ja luonto olivat myös Aleksin ja Antonin ensimmäisenä mainitsema kuvien aihe. Mikael vastasi kysymykseeni kuvien aiheista:

H: Kerro ihan omin sanoin et minkälaisii aiheita sä tykkäät kuvaa?

Mikael: Siis siis millä taval kuvaa?

H: Niin et mitä niissä kuvissa on?

Mikael: En oikeestaan ota paljon valokuvii mut jos mä otan niin se on yleensä joku maisemakuva. Esim niinku olin just viime kesänä Espanjassa, otin siellä valokuvia, luonnosta lähinnä.

Ilja kertoi ottavansa selfien, jos on jossain eksoottisessa paikassa. Kristian sanoi saattavansa ottaa peilin edessä itsestään kuvan ja kuvaavansa silloin tällöin kaverien kanssa yhdessä pari- tai ryhmäkuvia. Aleksi kuvaa omia piirustuksiaan ja Anton mainitsi muun muassa festivaalit tapahtumina, jotka inspiroivat kuvaamiseen: ”...sellasist tapahtumista, joku festivaali vaikka, siel on hienoja valoja, mun mielestä ne on sellasii mukavia. Tai jos ollaan kaveriporukassaki ni se on mun mielestä mukavaa. Emmä sellanen niinku hirvee kuvaaja oo. Joskus näkyy että oho mikä maisema ni sit mä tietenki otan kameran esiin ja sitten vaan kuvaan. Se on vähän sellanen mitä joskus tekee.”

Kaikki haastatellut kertoivat kuvaavansa muutaman kerran viikossa, paitasi Mikael joka sanoi kuvaavansa vain muutaman kerran kuussa. Kysyin pojilta kuvien käytöstä tarkoituksella avoimemman kysymyksen kuin esihaastatelluilta tytöiltä: ”Mitä kuville tapahtuu kuvaamisen jälkeen?” Kysymykseen pojat vastasivat, että suurin osa kuvista jää talteen puhelimen galleriaan, ja silloin tällöin niitä jaetaan sosiaaliseen mediaan.

Anton kertoi siirtävänsä maisemakuvat talteen tietokoneelle, jotta niitä voisi katsella suurempana ja jotta puhelimen muisti säästyisi. Hän oli ollut Saksassa ja kuvannut matkallaan runsaasti: ”Siin tuli joku tuhat kuvaa ku oltiin Alppien vieressä. Kylhän siin tuli kuvattuu sit vähän kaikkee.” Upeat näkymät innoittivat suureen kuvamäärään: ”No kylhän ne maisemat, ku me mentiin sinne ihan Alppien sisälle että siellä ympärillä näky kokoajan vuoria ja se näytti todella mahtavalta.”

Aleksi vastasi, että kuvaamisen jälkeen kuville tapahdu mitään. Hän vas-

taili kysymyksiin niukasti, ja minulle jäi epäselväksi miksi hän oli halunnut osallistua haastatteluun. Aleksi kertoi että hänellä on Instagramissa tili, mutta hän käyttä sitä laisinkaan eikä ole pohtinut kuvien julkisuutta tai yksityisyyttä. Kun kysyin kuvaako tai katsooko hän kuvia joskus yhdessä kavereiden kanssa, hän kertoi, ettei kuvista keskustella ja vastasi: ”No jos mä jostain oon ottanu jonku hienon kuvan kyl mä sen yleensä näytän mutta ei siin, emmä hirveesti katsele katselemalla kuvia.” Kysyessäni hänen mielipiteitään kuvien jakamisesta hän vastasi: ”Mulle ihan sama että ei sillä niin väliä oo jos haluaa, ihan sama”.

”Kyllä mä välillä lähettelen kavereille tai sosiaaliseen mediaan noita. Whatsapissa ja Snäpissä ja tälleen” kertoi Mikael ja sanoi lähettävänsä Snapchatisssä ainakin yhden ”snäpin” päivässä. Haastatellut eivät kokeneet, että otettu kuva pitäisi jakaa heti sosiaaliseen mediaan. Samoin kuin esihaastatteluissa, suosituin kanava kuvien jakamiseen oli Instagram. Mikael vastasi julkaisevansa kuvan heti, jos se sisältää jonkin ajankohtaisen aiheen mutta jakavansa esimerkiksi maisemakuvia vasta kuukausien päästä kuvanottohetkestä. Ilja kertoi säilyttävänsä useimmat kuvat vain itsellään ja pohtivansa pitkään min-käläinen kuva on tarpeellinen julkaistavaksi. Kristian kertoi yleensä jakavansa kuvan päivän tai kaksi kuvanottohetkestä ja harkitsevansa sopivaa filteriä ja kuvatekstiä ennen julkaisua. Hän sanoi silloin tällöin myös poistavansa jo julkaistun kuvan, mutta ei tykkäysten vähäisen määrän takia vaan koska ei itse pidäkään kuvasta.

Haastatelluista pojista Mikael, Kristian ja Anton kertoivat joskus kuvaavansa kaveri- tai ryhmäkuvia, ja joskus harvoin kuvia myös katsotaan yhdessä. Verrattuna aiempiin haastatteluihin kuvaaminen tai kuvien katsominen yhdessä vaikuttaisi kuitenkin olevan vähemmän suosittu ajanviete kuin esihaastattelujen tytöillä.

Sisarusten rooli nuorten kuvauskäytäntöjen ja asenteiden suhteen nousi jälleen esiin vastauksissa. Anton kertoi isoveljestään, joka oli harrastanut valokuvausta järjestelmäkameralla ja lukenut aiheesta kirjoja. Kysyessäni motivoiko isoveljen harrastus häntä kuvaamaan Anton vastasi: ”No kylhän mä olin aina innoissani. Halusin näyttää et mäkin saattaisin osata, mut emmä sit ikinä saanu sitä kunnon kipinää lähtemään. Se vähän jää sellaseks keskeneräseks.” Ilja puolestaan kertoi isoveljensä työskentelevän sosiaalisen median parissa ja hän oli hyvin tietoinen Instagramin toimintalogiikasta. Iljan mukaan hashtagit toimivat vain oikein käytettyinä. Huonosti käytettynä hashtagit olivat hänen mielestään turhaa roskaa kuvan alla ja ne estävät algoritmia toimimasta kuten sen pitäisi. Kun kysyin tykkäyksistä Instagramissa hän sanoi, että ”kaikesta tykkääminen” estää sovellusta ehdottamasta itselle sopivia sisältöjä.

Instagramissa saadut tykkäykset eivät olleet haastatelluille oleellinen motivaatio kuvien julkaisemiselle. Ilja sanoi tykkäysten olevan vain numeroita. Kristian kertoi, että tykkäysten saaminen tuntuu hyvältä, mutta se ei ole kuitenkaan kovin tärkeää: ”Se on kyl kiva et tulee paljon tykkäyksiä mut ei se kyl paljon mua kiinnosta.” Myös Mikael sanoi, että tykkäykset eivät kiinnosta, mutta hän oli erittäin tietoinen siitä, että hänen lähipiirissään on muunkinlaisia käyttäjiä: ”No jossei tuu vaikka sataa tykkäystä tai kommenttii niin ne poistaa sen kuvan. Kyl mä tunnen ihmisii jotka tekee silleen.” Kysyessäni mikä voisi olla tähän syynä hän vastasi: ”Emmätiä, mä aina itekin ihmettelen et mikä siinä on niin tärkeitä.”

Kysyessäni kuvien julkisuuden ja yksityisyyden suhteesta vastaukset vaihtelivat välinpitämättömästä tarkkaan mietittyyn yksityisyyden suojelemiseen. Pojat korostivat tässä yhteydessä myös, etteivät käytä Instagramia erityisen aktiivisesti. Kristianilla oli julkinen ja yksityinen käyttäjätili, ja hän vastasi ettei jaa julkiselle tililleen liian henkilökohtaista sisältöä: ”Mä laitan ne kuvat sinne koska mä tykkään ite niist kuvist. Niin sen näkee et joku (tuntematon) voi tykätä niitä sillee.” Antonin, Iljan ja Mikaelin tilit olivat yksityisiä. Anton kertoi suhtautuvansa kielteisesti liialliseen itsensä korostamiseen sosiaalisessa mediassa. ”Mä en tykkää (sen lisäksi että kokoajan jakaa kuvia ja korostaa liikaa itseään) myöskään siit et random ihmiset näkee. No yks mun kaveri, se on hyvin sellanen et se lähettää kokoajan Instagrammiin ja Snapchattiin. Niin siis se on mukava tyyppi mut välil se osaa olla kyl vähän ylimielinen ehkä. No tietenki se vaihtelee niinku sit päivän vaihteessa mutta, siis mukava tyyppihän se loppujen lopuks on. Mut se vaan ehkä tykkää siit sit enemmän.”

Haastatellut vastasivat seuraavansa Instagramissa kavereitaan, julkisuuden henkilöitä ja harrastuksiin liittyviä tilejä sekä vitsitilejä. Ilja kertoi seuraavansa bändejä, ja mainitsi erityisesti nauttivansa kun näkee lavalta otetun kuvan, jossa näkyy sekä bändi että yleisö. Kuvan kautta hän siis pääsee näkemään esiintymisen bändin perspektiivistä. Mikael kertoi käyvänsä Instagramissa muutaman kerran viikossa, ja katsovansa muiden käyttäjien julkaisuja huomattavasti useammin kuin itse julkaisevansa mitään. Hän seuraa jalkapalloilijoita, tietokonepelaajia ja Youtube-kanavan pitäjiä. Kysyin mikä sisällöissä on erityisen kiinnostavaa, ja sain vastaukseksi: ”Öö mä en oikeestaan osaa vastata tohonkaan. Mua vaan kiinnostaa mitä se ihminen tekee tai silleen. Haluisin tietää ehkä vähän enemmän niist julkkiksista.” Anton kertoi käyvänsä Instagramissa vain muutaman kerran kuussa ja jakavansa hyvin harvoin siellä itse mitään ja oli sitä mieltä, että julkisuuden henkilöiden seuraaminen ei ole kiinnostavaa.

Sosiaalisen median muoti-ilmiöistä kysyessäni haastatellut vastasivat ettei niitä ole. Ainoastaan Anton kertoi joskus nähneensä kuvahaasteiden toteutta-

mista, mutta korosti ettei se ole suosittua hänen omassa kaveripiirissään. Hänen vastauksestaan on myös luettavissa asenteellisuus ilmiötä kohtaan: ”Kylmä oon joo nähny sellasii ihmisii jotka joskus tekee sellasta ja sit et voiku oli hauskaa laitetaan se Instagramiin.” Iljan vastauksessa nousi esiin brändien läsnäolo Instagramissa ja sosiaalisen statuksen tavoittelu kuvien avulla.

Ilja: No varmaan ehkä, mut emmä ite välitä niistä, kun mä katon et semmonen brändinimi aina et ne on liian kalliita muutenkin et miksi seurata niitä.

H: Tarkotaksä et ihmiset niinku shoppailee sitä kautta vai mitä?

Ilja: Ne menee sinne kattomaan että mitä sellasta trendikästä nyt. Ja sitten ne, noh, sanoo että kaikki jota ei, tai eivät sano niin mutta kaikki jotka eivät käytä niin sitä on vähän niinku alempaa luokkaa. Tai no ei, jaa, jotain sinne päin. Tai sellasta no, ei jumala, mut jos sä käytät sellasta sä oot arvostettu enemmän.

H: Joo. Et se on niinku semmonen sosiaalinen status että. Joo.

Ilja: Joo. Mun mielestä se on vähän tyhmää, et emmä ite välitä niistä yhtään.

H: Osaaksä sanoo tai miks se on tyhmää?

Ilja: Koska no nää vaatteet toimii, mutta jos tällä olisi joku muu brändi, se olisi pari sataa euroa kalliimpaa mutta siinä ei olisi mitään muuta muuttunut. Se antais jotain statusta, mut emmä välitä siitä. Emmä tarvi jotain supreme paitaa tai sellasta.

H: Onks ne sit jotain tietäntyyppisiä ihmisiä jotka seuraa niitä brändejä tarkasti vai?

Ilja: Joo ne on mun mielestä sellasia, jotka tarvii sitä öö no statusta tai attention. En muista mikä se suomeks oli.

H: Huomiota.

Erityisen kiinnostavaa oli kuulla nuorten mielipiteitä vastauksina neljään viimeiseen kysymykseen asenteista mobiilikuvauksen, kuvien jakamisen ja selfien suhteen, ja heidän kuvauksiaan siitä millainen on kiinnostava valokuva. Yleisesti ottaen nuoret olivat avarakatseisia ja varmoja mielipiteistään. Kysyessäni mitä mieltä he ovat mobiilikuvauksesta Mikael ja Kristian korostivat ettei aihe ole heille niin tärkeä, mutta toisille ihmisille se saattaa olla. ”Jos ihmiset tykkää kuvata jotain sit miksei. Et puhelimet, se on ain sulla jos-sain taskussa tai jossain. Voi ottaa pikku kuvan tai. Tai monta.”, sanoi Kristian. Mikael puolestaan vastasi: ”Ihan hauskaa puuhaa varmaan jollekin, ite en pidä sitä mitenkään oleellisena tai tärkeänä. Mä tiän et jotkut oikeesti tykkää ottaa jotain maisemakuvii tai ittestään kuvii.” Kuvaaminen ja kuvien jakami-

nen näyttäytyvät miellyttävänä harrasteena, jota voi silloin tällöin tehdä mutta se ei ole erityisen tärkeää.

Asenteellisemmin mobiilikuvauksen suhteen vastasivat Ilja ja Anton. Iljan mielestä kuvien julkaisemista pitää harkita tarkkaan. Kuvaamalla voi tallentaa merkittävän hetken, mutta vääränlaisen materiaalin julkaiseminen on haitallista:

”Välillä laitetaan aina nettiin jotain tyhmii kuvii tai videoita jota ei ehkä olis pitänyt ja sitten se tuo huonoa huomiota. Tekee kuuluisaks ihan huonoilla tavoilla. Tai jos laittaa liikaa itestään kuvia, se vetää puoleensa vääriä ihmisiä.”

Anton korosti yksityisyyden suojaamisen ja kanssaihmiset huomioivan käytöksen tärkeyttä kuvaustilanteessa:

”Mun mielest se on ihan fine, niin kauan ku sä et vaan häiritse muiden yksityisyyttä. Ja sit tietenki et mua häiritse todella paljon tuolla Saksassa ku me oltiin Mustametsässä se on kai suomeks ... siel on just tollasii kiinalaisii ihan helkutin paljon ja ... selfie stickit melkeen huitasee päähän. Se on mun mielestä todella häiritsevää. Jos sä haluut ottaa kuvan, niin tietenki kato vähän ... sitä tilaa missä sä otat. Et mun mielestä se on ihan ok et jos mä näyn siinä taustalla mut kunhan sä et vaan vahingoita kehtään sellasel tavalla.”

Mikaelin mielestä kuvien jakaminen silloin tällöin on hauskaa, ”ihan jännää puuhaa” ja hän mainitsi että siitä on joillekin myös taloudellista hyötyä. Kristianin mukaan kuvien jakamisen yhteydessä saattaa esiintyä kateutta: ”No jos ite tykkäät siit kuvast niin sä voit jakaa sitä. Mut jos joku tulee sanoo sulle et se on huono kuva sit voi ite miettii et onko se ihminen kuka sanoo... että se on vaan kateellinen et sä sait jonku hyvän kuvan tai silleen.”

Anton pohti vastauksessaan nuorten itsetuntoa ja sosiaalisen hyväksynnän hakemista kuvien avulla:

Anton: Se on ihan oma mielipide. Et jos sä haluut (jakaa kuvan) niin tietenki, ei oo pakko ollenkaan. Sit se usein menee ainaki tällasissa teini-ikäisissä et kattokaa mä oon paras juttuja. Niin se menee sellaseks hyvin ylimieliseks et mä en sellasesta kauheest perusta.

H: Ajatteletsä et se liittyy nimenomaan siihen teini-ikäisyyteen?

Anton: Mä veikkaisin enemmän et täällä ainakin se varmaan liittyy siihen kuin epävarmoja ihmiset saattaa olla ittestään. Tai just siitä, niin no, teini-ikäisyyteen periaattees koska ne ihmettelee et mitäs mulle tapahtuu ja sit et mitäs mun kaverit ja pitääks mun tehdä samaa. Vähän epävarmuutta se voi olla ehkä. Voi olla.

Mikaelilla ei ollut selfeistä mitään sanottavaa. Kristian kertoi joskus kuvaavansa selfeitä huumorimieleessä: ”Jos sä tykkäät kuvata itseä sit miksei, mut ite en kyl tommost harrasta. Tai en kyl, joskus voin tehdä vähän vitsil tommosii outoi selfii ittestä mut se onkin myös harvoin. Tai jotain outoi naamoja tai sit jotain inside tsoukkeja. Jos me ollaan viikonloppu vaik tehty jotain läppää ja sit mä jatkan sitä läppää selfiellä tai jotain.” Anton mainitsi selfiet aiheena jo aiemmassa vaiheessa haastattelua, kun kysyin kuvaako hän joskus itseään. Hän kertoi vaivaantuvansa selfietä ottaessaan.

Anton: Hyvin harvoin (kuvaa itseään), emmä sillai. Mä en oo mikään malli tai sillei et mä en kauheesti tykkää kuvaa itteeni, se on mun mielestä vähän outoo...

H: Mikä siin on outoo?

Anton: Emmätiä se on vähän outo, se on kai joku fobia sitte ehkä (naurahtaa). Siin vaan tulee sellanen vähän häiriintynyt olo tai ei häiriintynyt, mä en osaa oikeen selittää. Mut se on sellanen vähän et rupee kuumottaa ja sit ei tiä mihin kattoo ja sit ei tiä mitä tehdä että. Mun kaverit ainakin osaa ottaa ittestään parempia kuvia kuin minä itte.

Antonin vastauksesta käy ilmi, että hän on ajattelee kuvaamisen olevan harjoiteltavissa oleva taito.

Anton: No mä en oo ite mikään paras siinä (naurahtaa). Jotkut ihmiset osaa tehdä niistä todella hauskoja ja hyviä jopa, ja sitte niinku artistisia. Että mä en itte oikeestaan perusta siitä yhtään. Mä en osaa. Mun mielestä usein ihmiset osaa tehdä niistä todella hienoja.

H: Minkälaisia on hauskat tai artistiset kuvat?

Anton: No artistiset vaikka just tälle et ne vaikka photoshoppaa jänniin muotoihin. Tai ne ottaa jostain henkeäsalpaavasta näkymästä kuvan ja sit jotenki liittää ittensä siihen mukaan sillee jotenki jännästi. Tai sit ihan vaan et ne osais tehdä sen hyvin, että aurinko tulee hyvällä tavalla, sun muuta tällasta.

Antonin mukaan selfieitä voi siis olla monenlaisia ja kyse on mukavasta asiasta, mikäli ei korosta itseään liikaa.

H: Saaks niis selfieissä osoittaa negatiivisia tunteita vai onks kaikki vaan hyvännäköstä pintaa aina?

Anton: No tietenkinhän se on varmaan useimmiten sellast aika feikkiä, että et usein nähny just et kauhee hymy siin kuvassa ja sit ku se kamera meneeki pois ni sit se onki sellai erilainen naama. Et se on vähän negatiivista.

H: Koetsä et se on niinku negatiivinen ilmiö ylipäätänsä et se on jotenki pinnallista ja itsensä korostamista?

Anton: Sehän riippuu ihan kokonaan ittestä et miten sen tekee. Et jos se on tällast että laittaa joka ikiseen kuvaan et kylläpäs mä oon komee tai kylläpäs mä oon kaunis niin tietenkihän siinä tulee sellanen et ahaa, no täähän on huono ilmiö. Mut jos ne osaa tehdä siit sellasen rennon, sano taanko näin, kyl siit sit tulee et tää on mukavaa. Mielestäni se on ihan hauska ilmiö koska tietenkihän sitä tulee just perheen kanssa tehtyä.

Ilja oli tietoinen kameratekniikan muutoksien vaikutuksesta selfieiden ottamisen suosioon. Hän oli ainut haastateltavista joka mainitsi narsismin. Kenties hän oli lukenut media-aineistossani esiintyvän Helsingin Sanomien artikkelin selfieiden ja narsismin yhteydestä tai törmännyt aiheeseen muualla. Hän pohti myös profiilityötä ja itsensä esittämistä sosiaalisessa mediassa.

Ilja: ”No mä kato ymmärrän että niitä vähän niinku noh, tarvii. Koska aikoi sitten oli vähän vaikee isolla kameralla tehdä kuvia. Joo on vähän hauskaa kun ei tarvi ketään muuta. Että jos sä oot yksin jossain ja haluut ottaa hienon kuvan ittestään sitten se toimii. Näyttääkin välillä hyvältä mutta.

H: Mitä sä ajattelet et minkä takii se on kiva et on hieno kuva ittestä?

Ilja: No jos sä jaat sen sitten, sitten ihmiset ei nää mitään huonoa sinusta. Jotkut tykkää niistä tykkäyksistä, joten jos laittaa huonon kuvan niin sitä ei tuu riittävästi. Jollain niinku, no narsisismi että haluaa ittestään sellasta kokoajan hyvää puolta, mutta tavallisesti, noh, se vaan näyttää hyvältä. Siin ei oo mitään huonoo jos haluaa.

H: Koetsä et ne ihmiset saattaa sit olla jotenkin epärehellisiä kun ne jakaa vaan hyvää puolta ittestään vai?

Ilja: Ei, koska. No se riippuu, jos sitä kuvaa on editoitu, kato Photoshop


ja Instagrammissa on kaikki ne fltteri, että ne voi niin kuin ei-näyttää itestään jotain josta ne ei pääse eroon. Kuvassakin. Mutta muuten kun sä vaan jaat niitä hyviä kuvia, sitten se ei oo mun mielest ongelma ku sä ha-
luut näyttää netissä hyviä kuvia.

H: Onks siin sun mielestä sit eroo et miten ne oikeesti käyttäytyy sit ne ihmiset jotka jakaa tosi paljon vaik niitä selfieitä?

Ilja: Välillä joo koska selfieissä ne voi näyttää niin kuin iloisilta ja sellasil-
ta ystävällisiltä mutta ei ne aina oo. Koska ne jotka ottaa paljon niillä on
enemmän sitä narsisimia. Että niistä näkyy et ne on vähän onks se ylpeä
tai no sellasta elvistelyä enemmän.

Lopuksi kysyin nuorilta, minkälainen on heidän mielestään kiinnostava va-
lokuva. Aleksi arvosti kuvan teknistä laatua ja selkeyttä. Mikael ja Kristian
kertoivat molemmat, että värikkäät kuvat ovat heidän mieleensä. Valkotaus-
tainen, tuotekuvamainen ilmaisu kyllästytti Kristiania: ”No jos siel on paljon
värii. Et se ei oo vaikka joku vaikka valkoinen tausta. Voi olla eri detaljeja.”
Mikael ajatteli, että kiinnostavan kuvan aihevalinta ilmentää ottajan arvo-
ja: ”Et siin on oikeesti jotain vaik mist se toinen ihminen tykkää. Et siin on
joku mielenkiintoinen juttu. Sitä kautta mäki saan niinku tietoo siitä et mistä
se niinku tykkää ja tälleen. Mikä on sille tärkeetä.” Ilja puolestaan kiinnos-
tunut valokuvan erikoistekniikoista ja niiden mahdollistamasta visuaalisen
kokemuspiirin laajentamisesta: ”Varmaan luonnosta tai eläimistä jotain. Tai
no hyvin läheltä eläimistä varmaan. Mun mielestä on hyvin kiinnostava kuva
se jota ne otti jossain, ne otti atomista kuvan. Joo, se oli iso atomi, mutta ne
pysty ottamaan siit kuvan se voitti jonkun kilpailun myös. Se näytti hyväl-
tä.” Anton vastasi, että hyvässä kuvassa on jännitettä, kaikkea ei paljasteta
ja se saa katsojan ajattelemaan. Kuvan aiheella ei ole hänen mielestään väliä.
”Kiinnostava kuva on mun mielestä sellanen jossa, ei niinku clickbait mut et
siit jää sellanen et mitäköhän seuraavaks tapahtuu. Ja siin on jotain samaa
hämmäntävää.”

HAASTATTELUAINEISTON TULOKSET

 Tutkimuskysymykseni ovat: minkälaisia ovat nuorten kuvausintentiont ja mitä
he ajattelevat kuvien jakamisesta sosiaalisessa mediassa? Nuoret toimivat tie-
tolähteinäni oman kuvakulttuurinsa suhteen. Se, että esihaastatteluihin osal-
listui tyttöjä ja toisen kierroksen haastatteluihin poikia oli sattumaa. Esihaas-

tatellut valokuvauskurssilaiset erottuivat toisen kierroksen haastatelluista suhtautumalla valokuvaukseen enemmän harrastuksena, kun taas toisen kierroksen nuorille valokuvaaminen ei ollut niin tärkeää.

Minkälaisia ovat nuorten kuvausintentiot? Kuvaamisen motivaatio oli saada muisto kuvauskohteesta. Kaikki nuoret kertoivat ottavansa kuvia itseään varten ja ilman julkaisuintentia.

Nuoret kertoivat kuvaavansa mieluiten luontoa, merkittäviä tapahtumia ja matkoja. He ottavat kuvia noin muutaman kerran viikossa. Kavereitaan tai ylipäättään ihmisiä he sanoivat kuvaavansa vain harvoin.

Kuvaaminen on mukavaa sosiaalista toimintaa. Esihaastatellut kertoivat joskus kuvaavansa ja katselevansa kuvia kavereiden tai sisarustensa kanssa ja muutama pojista kertoi kuvaavansa kaveripiiriin kanssa silloin tällöin ryhmä- tai kaverikuvan. Toisen haastattelukierroksen nuorten ajanviettotapoihin ei kuulunut kuvien katseleminen yhdessä. Vastauksista kävi ilmi, että nuoret eivät koe kuvaamiseen liittyvän sosiaalista painetta. Media-aineistossa esiintulleet kuvahaasteet eivät olleet osa näiden nuorten mobiilikuvakulttuuria eivätkä he kokeneet, että kuvaamiseen liityisi muitakaan muoti-ilmiötä joita pitäisi seurata ja toteuttaa.

Mitä nuoret ajattelevat kuvien jakamisesta sosiaalisessa mediassa? Sosiaalisessa mediassa jaetuilta kuvilta haluttiin aitoutta ja totuudenmukaisuutta. Itsensä liiallinen korostaminen ja esittäminen koettiin negatiiviseksi käyttäytymiseksi. Nuoret tiedostivat, että jokainen liittää kuviinsa henkilökohtaisia merkityksiä ja suhtautuu niihin omalla tavallaan myös jakamisen jälkeen. Sosiaalisessa mediassa saatava identiteettiä vahvistava palaute ei ollut haastatteleminen nuorille tärkeää. Palaute oli kuitenkin haastateltujen mukaan tähdellisempää joillekin heidän tuttavapiirissään, mutta he suhtautuivat tähänkin ilmiöön suurimmaksi osaksi varsin avarakatseisesti.

Molemmilla haastattelukierroksilla kuvien suosituimmat jakokanavat olivat Instagram ja Snapchat, mutta toisen haastattelukierroksen nuoret olivat vähemmän kiinnostuneita kuvien jakamisesta ja kertoivat tekevänsä sitä vain harvoin. Nuorten mukaan otettua kuvaa ei yleensä jaeta heti kuvanottotilanteen jälkeen, vaan julkaisun ja kuvanoton välillä saattaa kulua pitkiäkin aikoja. Nuoret eivät keräilleet tykkäyksiä tai suurta seuraajajoukkoa identiteettinsä tueksi ja jaettujen kuvien ensisijainen kohderyhmä oli oma kaveripiiri. Muiden kuin kavereiden tilien seuraaminen tarjosi nuorille lisätietoa harrastuksista ja kiinnostavia näkökulmia ”kulissien taakse”.

Ensimmäisen ja toisen haastattelukierroksen tulokset olivat samansuuntaisia myös suhteessa sosiaalisessa mediassa julkaistujen kuvien yksityisyyteen. Viidellä nuorella oli Instagramissa yksityinen tili, kahdella julkinen ja kahdella kaksi tiliä eri kuvasisällöille. Suurin osa nuorista oli pohtinut yksi-

tyisyyden ja julkisuuden suhdetta tarkkaan, kaksi ei ollut miettinyt asiaa niin tarkasti ja yksi suhtautui asiaan välinpitämättömästi, sillä hän kuvasi vain itseään varten eikä juuri koskaan jakanut kuviaan.

TULOKSIA JA POHDINTAA

Pohdin tässä luvussa tutkimukseni tuloksia yhdistellen kahta, varsin erilaista aineistoani. Verratessa nuorten haastatteluiden tuloksia media-aineistoon on hyvä huomioda, että nuoret ovat todennäköisesti jossain määrin tietoisia mitä heistä ja media-aineistoni avainsanasta selfiestä uutisoidaan, ja median asenteet vaikuttavat myös heihin. Lasten ja nuorten mediankäyttöä tutkineen Elina Nopparin mukaan 14-vuotiaat lueskelivat kotiin tulevia aikakauslehtiä ja ”aikuisille suunnatuista sisällöistä kiinnostavat jonkin verran myös uutiset, etenkin jos ne käsittelivät viihdettä, rikoksia, onnettomuuksia tai omia harrastuksia” (Noppari, 2014, 46).

Nuoret mielletään usein epätäydellisiksi aikuisiksi. Heidän ajatellaan olevan identiteettinsä käännekohtassa, erityisen alttiita vertaisryhmien paineelle ja heitä halutaan suojella kulttuurin huonoilta puolilta. Tieto nuorten ajatuksista siivilöityy aikuisten kautta. Jokainen alaikäinen on kuitenkin yksilö ihan kuten jokainen aikuinenkin, joten stereotypiat ja kliseet harvoin pätevät heihin (Ojala, 2011, 4).

NUORTEN KUVAUSINTENTIOT JA UUTISOINTI

Nuorten näkökulma kuvaamiseen ja kuvien merkityksiin ei pääse esiin media-aineistossani. Helsingin Sanomissa lapset ja nuoret olivat toimijoina kuudessa prosentissa ja Ylellä 13:sta prosentissa artikkeleista. Vaikka nuorten kuvausintentiosta ja sosiaalisen median käytöstä uutisoidaan, vain yhdessä artikkelissa kuvaillaan sosiaalisen median käyttöä nuorten näkökulmasta.

Uutisoinnissa oletetaan, että nuoret kuvaavat intentionaan jakaa kuvat sosiaaliseen mediaan ja saada mahdollisimman paljon tykkäyksiä, ja näin vahvistusta identiteetilleen. Haastatteluaineistosta voi päätellä, että tilanne on päinvastainen. Nuoret sanoivat tykkäyksistä muun muassa näin: ”jos mä tykkään ite kuvasta niin miks mä en voi jakaa sitä” ja ”se on kiva et tulee paljon tykkäyksiä, mut ei se kyl paljon mua kiinnosta”.


Media-aineistosta välittyy huoli nuorten sosiaalisen median käytöstä ja sen käyttämisestä itsetunnon kohottamiseen. Tämä näyttäytyy erityisesti artikkeleissa joissa varoitellaan kuvahaasteista, kuten: ”Selfien ottamisesta Suomen merimuseon harjalla on tullut lasten ja nuorten vaarallinen harrastus Kotkassa. Kuvia on jaettu jälkeenpäin sosiaalisessa mediassa” (Yle 3.10.2016/ Kotka). Toinen huolta ilmentävä uutistyyppi ovat artikkelit, joissa asiantuntijat kommentoivat nuorten sosiaalisen median käyttöä. Nuorista välittyy uutisoinnin kautta stereotyyppinen kuva: ”Teini-ikäinen tyttö kertoo, että hän on

jatkuvasti alakuloinen, eikä koulunkäynnistä tahdo tulla mitään. Kun psykiatri haastattelee tyttöä, käy ilmi, että hän julkaisee päivittäin selfie-kuvia itsestään kuvapalvelu Instagramissa. Tyttö katselee vähän väliä hermostuneesti, onko kuviin tullut uusia kommentteja tai tykkäyksiä.” (HS 23.11.2017/ Elämä).

Haastatteleman nuoret kuvaavat ensisijaisesti itselleen muistoksi, ja toissijaisesti jakavat kuviaan sosiaaliseen mediaan – jos jakavat laisinkaan. Esimerkiksi Ella ”tykkää kuvaa jotain hienoo mistä itte tykkää, ja sitte Instaan julkasee silleen vähän itelleki talteen ja muut saa nähä niitä”. Varsinkin toisen haastattelukierroksen vastauksissa korostui, että kuvien ensisijainen tehtävä on dokumentoida merkittävä hetki, eikä niiden jakaminen sosiaaliseen mediaan ole nuorille tärkeää. Esimerkiksi Antonin mielestä kuvat ovat henkilökohtaisia: ”mä tykkään enemmän vähän niinku pitää ne omana tietonani melkeen”. Kaksi yhdeksästä haastatellusta vastasi, että kuvat ovat yksityisiä, eikä niitä tarvitse julkaista lainkaan.

Media-aineiston artikkeleissa kuvan ottaminen muistoksi ei tule esiin nuorten kuvaustavoista puhuttaessa. Nuoret esiintyvät spekulatiivisissa kohteina sosiaalisen median käyttäjinä tai fanikulttuurin yhteydessä. Fanikulttuurista taas uutisoidaan usein hieman nolona ryhmätoimintana kuten tässä: ”Kun hän pysähtyy hetkeksi käytävälle, pian ympärillä on väentungos: kymmeniä tyttöjä, jotka haluavat ottaa selfien hänen kanssaan.” (Youtube-tähti Mandimai joutui hetkessä kymmenien tyttöjen piirittämäksi Tubeconissa, Yle 12.8.2017/ TubeCon). Jos tutkimusaiheenani olisi ollut nuorten representaatio mediassa eikä selfie, tulokset olisivat mahdollisesti olleet monipuolisempia.


PALAUTE JA SOSIAALINEN PAINE

 Nuoret eivät kokeneet sosiaalisen median tarjoamaa palautetta tärkeäksi, mutta kertoivat kokeneensa erilaistakin suhtautumista sosiaalisessa ympäristössään. Mikael mainitsi, että jotkut käyttäjät saattavat poistaa kuvia jos saatu palaute ei ole tyydyttävää: ”jossei tuu vaikka sataa tykkäystä tai kommenttii niin ne poistaa sen kuvan”. Venlan mukaan jotkut keräilevät seuraajia ja tykkäyksiä keneltä tahansa maksimoidakseen positiivisen palautteen määrän. Anton kertoi ystävästään, joka on aktiivinen Snapchatissa ja Instagramissa ja ”löytää sieltä tukea omaan tekemiseen”.

Ulkuniemen mukaan yksi kuvaamisen syistä voi olla sosiaalinen paine (2005, 158). Media-aineistossa nuorten kuvausintentiot liittyvät sosiaalisen median haasteisiin, identiteetin rakentamiseen ja vahvistamiseen tai selfieiden metsästämiseen julkisuuden henkilöiden kanssa. Haastatelluista nuorista Ilja kertoi, että Instagramin käytön yhteydessä saattaa esiintyä painetta pukeutua tietyllä tavalla ja kohottaa näin sosiaalista statustaan, mutta hän itse paheksui tämänkaltaista kuvien käyttöä.

Haastattelemani nuoret eivät osallistu kuvahaasteisiin joista erityisesti Yle uutisoi: ”He saattavat seistä kiskoilla, ylittää niitä, oleilla niiden lähellä tai ottaa selfie-kuvia” (Veturinkuljettaja säikähti lasten vaarallisia leikkejä: ”Se kirjoitti minut kirjoittamaan Facebookissa” Yle 6.11.2016/ Kotimaan uutiset). Nuoret eivät koe, että heidän täytyy kuvata jollain tietyllä tavalla sosiaalisen paineen alaisena. Vastauksista välittyy että nuoret arvostavat omaperäisyyttä ja ajattelevat kuvien liiallisen samankaltaisuuden olevan huono asia. Saraa kiinnostaa ”kuvaajien itsensä ottamat omanlaiset kuvat”. Venlaa ärsyttää matkiminen: ”Mut et kopioi toisia tosi paljon ja esittää. Et niil ei oo kauheesti omaa ajattelutapaa melkeen. Et ne laittaa ihan tismalleen samanlaisen kuvan mut ittestään siihen vaan. Joku ottaa jonku peiliselfien ni sit joku toinen laittaa peiliselfien. Joku ottaa kuvan jostain maisemasta ja toinen ottaa maisemasta”.


KUVAN HALUTAAN OLEVAN TOTTA

 Mobiilikuvan halutaan olevan totuudenmukainen dokumentti. Tämä käy ilmi molemmista aineistoista. Media-aineistossa selfie esiintyy synonyymina valokuvalla ja sen traditioista kumpuavalle todistusvoimalle uutisissa, joissa sen tehtävä on todistaa tapahtumista. Esimerkiksi Helsingin Sanomien artikkelissa ”Uutista kirjoittaessaan he eivät tienneet, että ruumislakanoiden alla

ovat heidän kollegansa – Paikallislehden toimittajat kertovat Imatran kolmoissurmayöstä” selfie toimii todisteena viimeisistä hetkistä ennen yllättäviä kuolemantapauksia: ”Ikävalko postasi Facebookiin lämpiöstä selfien, jossa näkyi myös Pakarinen ja Vihavainen.” (HS 1.4.2017/ Kuukausiliite.)

Haastattelemani nuoret haluavat sosiaaliseen mediaan jaettujen kuvien vastaavan heidän kokemustaan kuvan henkilöstä. Venla toivoo saavansa kuvien kautta tietoa ihmisistä ja ajattelee, että heidän luonteenpiirteensä näkyvät sosiaalisen median käyttötavoissa. Iljan sanoin ”selfieissä voi näyttää iloisilta ja ystävällisiltä, mutta ei ne aina oo”. Anton on ”usein nähnyt et kauhee hymy siin kuvassa ja sit ku se kamera meneeki pois ni sit se onki erilainen naama”. Sosiaalisen median profiilityössä liiallinen yrittäminen ja idealisointu itsensä esittäminen ei siis jää nuorilta huomaamatta, ja sitä pidetään väkinäisenä ja epäuskottavana. Selfienkin siis halutaan olevan totuudenmukainen kuva ottajastaan.

UHKAKUVANA KUVAN LEVIÄMINEN JA TULKINTA

 Nuorten kuvanjakokäytäntöihin liittyvässä uutisoinnissa näyttäytyy uhkakuvana digitaalisen kuvan erityisominaisuus, sen loputtoman kopioimisen mahdollisuus. Yksityiseksi tarkoitetuista viesteistä voi ottaa loputtoman määrän kopioita ja kuvien tulkinta ei ole hallittavissa. Näin käy internetin ja sosiaalisen median aikana kuitenkin myös ammattikuvaajille, kuten AFP:N kuvaajalle Roberto Schmidtille hänen kuvattuaan Barack Obaman ja Helle Thorning-Schmidtin ottavan selfietä Nelson Mandelan hautajaissa vuonna 2013. Kuvan ottaja ei koskaan pysty hallitsemaan katsojan tulkintaa.

Nuoret ilmaisivat haastatteluissa olevansa pääosin hyvin tietoisia yksityisyytensä suojelemisesta sosiaalisessa mediassa. Nuoret kokevat, että jakamalla kuvia he näyttävät ne ensisijaisesti ystävilleen, eikä uutisoinnissa oletettu ”parhaillaan tuhansien” yleisö ole heille tavoittelemisen arvoinen päämäärä.

■ Mobiilikuva jatkaa albumikuvauksen traditioita merkittävän hetken tallentajana. Uutisoinnissa selfie mainitaan, kun halutaan korostaa sitä, että hetki on haastatellulle tai muulle artikkelin toimijalle merkittävä ja kuvaamisen arvoinen. Haastatellut nuoret eivät juurikaan käytä kuvia rituaaliviestinnän tapaan, vaan kuvaavat lähinnä muistoksi luontoa ja tärkeitä tapahtumia. Nuorten kuvankäyttötavat eivät haastatteluiden valossa vaikuta myöskään erityisen hetkellisiltä, sillä yhdeksästä haastatellusta vain yksi sanoi jakavansa kuvan sosiaalisen mediaan heti kuvanoton jälkeen, ja muut kertoivat pohitivansa julkaisua ensin huolellisesti ja pitkään. Rantavuon (2008, 128) löytämistä mobiilikuvan uusista käyttömuodoista leikillinen ja viihteellinen käyttö esiintyi yhdessä haastatteluvastauksessa.

Ylen uutisessa “Ohikulkija pyysi surevia ihmisiä poseeraamaan kuolonkolaripaikalla – ‘Tämä on hyvän maun ulkopuolella’” (Yle 28.12.2017/ Liikenneonnettomuudet) onnettomuustilanteen lavastaminen pyytämällä surevia siirtymään herättää voimakasta moraalista paheksuntaa. Uutisen lopussa huomautetaan, että ammattikuvaajat toimivat journalismin eettisten ohjeiden mukaan.

Mobiilikuvauksen suosio lisää paitsi kuvien myös kuvaajien määrää ja tuo kamerat tilanteisiin ja tiloihin kuten uimahalleihin, joissa ammattikuvaaja tietäisi kuinka suojella kuvattavien yksityisyyttä riittävässä määrin. Sosiaalisesti hyväksytyn kuvaamisen rajat ovat laajentuneen valokuvauksen kentän myötä puheenaiheena. Mobiilikuvaajat eivät tunne valokuvauksen perinteitä ja niihin liittyviä käytösmalleja. On kuitenkin epärealistista olettaa, että mobiilikuvaajat alkaisivat kaikki käyttäytyä ammattilaisten tavoin kuvaustilanteissa ja kuvia jakaessaan.

POSEERAAMINEN SELFIEIN ERITYISPIIRTEENÄ

■ Esihaastatteluissa nuorten näkemys selfiestä ei ollut haastatteluteemoissani, mutta Venla otti sen itsenäisesti esiin ilmoittamalla, etteivät häntä ”tyhmät peiliselviefet” kiinnosta. Sekä esihaastatteluista että varsinaisista haastatteluista kävi ilmi, että nuoret eivät ole erityisen kiinnostuneita ottamaan selfieitä tai kuvaamaan ihmisiä ylipäänsä. Varsinaisissa haastatteluissa nuoret suhtautuivat selfien ottamiseen kuitenkin sallivasti vaikka eivät niitä itse kuvaisikaan: ”Jos sä tykkäät kuvata itseäsi sit miksei”. Iljan mukaan selfieitä ”vähän niinku tarvii” jos muita ei ole paikalla ja haluaisi itsestään kuvan: ”hauskaa kun ei tarvi ketään muuta, että jos sä oot yksin jossain ja haluat ottaa hienon kuvan itsestään sitten se toimii, näyttääkin välillä hyvältä”. Nuoret kokevat liiallisen poseeraamisen kuitenkin negatiivisena. Venlan mukaan jotkut käyttäjät saattavat ”esittää erittäin paljon mutta todellisuudessa ne ei välttämättä oo sen tapasia ihmisiä”. Liian huomionhakuiset sosiaalisen median käyttäjät ovat hänen mielestään ”vähän feikimpiä ku normielämässä”.

Uutisoinnissa selfietä varten poseeraamiseen liittyy negatiivisia asenteita erityisesti turismin yhteydessä, kun uutisissa esiintyvät selfiekeppejään heiluttavat turistimassat. Kuvanottoon keskitytään ja selfie vie huomiota pois tärkeämmistä asioista. Kenties turistien kohdalla kohdemaan kulttuurin huomioiminen olisi tämä tärkeämpi asia? Huomion herpaantuminen kuvaustilanteessa saattaa johtaa onnettomuuksiin. Selfie tuntuu herättävän enemmän närkästystä kuin muut valokuvan genret. Jos aineistoni uutisissa kuvan ottajina toimisivat valokuvausta järjestelmäkameralla harrastavat amatööriit tai ammattikuvaajat, uutisointi tuskin olisi näin asenteellista.

Kuvaustilanteen tarkkailijat eivät voi tietää missä kontekstissa selfietä käytetään, missä se julkaistaan ja mitä se ottajalleen merkitsee. Se, että poseeraamisen eleet ärsyttävät sekä haastateltuja että uutisten kirjoittajia on erityisen kiinnostavaa. Uutisoinnissa selfien merkitys liitetään identiteetin rakentamiseen, joko hyvässä tai pahassa. Tätä identiteettiprojektia ei kuitenkaan ole suotavaa suorittaa esimerkiksi hautajaisissa, vaan selfien ottaminen väärissä tilanteissa ja paikoissa koetaan banaalina ja epäsopivana. Kuvagenrenä selfien merkitys onkin uutisoinnissa usein lukittu viestimään vain kuvan ottajasta itsestään, ja muita mahdollisia merkityksiä kuten vaihtoehtoisten visuaalisten esitysten tarjoamista esiintyy vain muutamassa uutisessa. Kuvaustilanteen tarkkailijat olettavat, että selfien ottajan motivaationa on itsekorostus.

Selfien kuvaaminen on teknisesti helppoa. Onko poseeraaminen ja sen harjoittelu tapa osoittaa taitoa kuvan ottamisessa, kun kuvaaminen sinänsä ei vaadi osaamista? Haastatteluista nuorista Anton suhtautuu varauksella itsensä kuvaamiseen, mutta kokee että monet hänen ystävistään ovat

taitavampia siinä kuin hän, koska he ovat harjoitelleet kuvaamista. ”Nehän laittaa Instagramiin paljon, et kyllähän ne sitä harrastelee enemmän.” Hänen mielestään selfie voi olla kiinnostava kuva, jos se on rento tai taiteellinen.

Mikäli selfien ottaja haluaa kuvata itsensä erityisesti jonkin taustan edessä, hänen on käännettävä sille selkensä saadakseen sen kuvaan. Selän kääntäminen on kulttuurinen ele, joka viestii epäkunnioituksesta tai halveksunnasta. Helsingin Sanomat mainitsee selfien konsertissa: ”’Koet olevasi yksi valituista, ja otat selfien kasvot lavalle päin. Se on nykykulttuuria parhaimmillaan’, Kärki sanoo.” (Flow on kasvanut liian isoksi eikä enää kelpaa massasta erotettujen identiteettiprojektiksi – ainutlaatuiset kokemukset haetaan nyt pieniltä festivaaleilta, HS 11.8.2017/ Kulttuuri).

Kenties poseeraamisen maneerit kuten selän kääntäminen ja hymyileminen ”ilman syytä” vain kuvaa varten tekevät selfiestä epätotta ja täten huomman kuin muista valokuvista. Onko muotokuvassa poseeraaminen ja näin toisen katseen tulkinnan alla oleminen hyväksyttävämpi muoto saada itsestään valokuva? Muotokuva on genrenä ollut olemassa jo valokuvauksen keksimisen ajoista 1800-luvun alkupuolelta ja omaa vahvat kulttuuriset juuret. Selfietä paheksuttaneen osittain sen uutuuden ja historiattomuuden takia. Vai onko selfie sittenkin narsismia? Kun selfietä otetaan älypuhelimien etukameralla, kuvan ottaja näkee peilikuvansa.

SELFIE ON ENIMMÄKSEEN HARMITON

■ Haastatteleman nuoret suhtautuvat mobiilikuvaukseen pääasiassa avarakatseisesti ja kokevat, että kuvaajan omat intentiot ovat tärkeitä ja myös kuvien jakamisen merkitykset ovat henkilökohtaisia. Nuorten kuvaustavat ovat haastatteluiden valossa yllättävänkin perinteisiä. Mobiilikuvailta toivotaan totuutta, ja kuvan tärkein tehtävä on dokumentoida merkittävä hetki ja toimia muistin apuvälineenä.

Luonnon tärkeä asema nuorten kuvien kohteena on yllättävää jos ajatellaan mobiilikuvauksen jatkavan albumi- ja perhe kuvauksen perinteitä kuvausaiheiden suhteen. Ulkuniemen (2005, 120) mukaan luonnon kuvaaminen oli harrastuneisuutta, eikä se ollut yleinen kuvien aihe filmin aikakaudella. ”Ympäristö on harvoin kuvaamisen kohteena. Se on tavallisesti kuvaustilanteen tapahtumapaikkana. Tavallista näppäilijää aktiivisemmin kuvaamista harrastavien suosituin kohde ihmisten ohella on luontokuvaus. Nämä harrastajat kuvaavat ympäristön yksityiskohtia esteettisistä syistä.” (Mt.) Kenties mobiilikuvaamisen tekninen vaivattomuus ja se ettei erillisiä kustannuksia

synny on lisännyt luonnon kuvaamisen suosiota.

Jos ajatellaan mobiilikuvausta Martin Handin (2012, 21) tapaan sosio-tekni-
senä kokonaisuutena voidaan todeta että uutisoinnissa tuli hyvin vähän
esiin selfien tekninen ja taloudellinen puoli. Media-aineistoni mukaan sekä
Yle että Helsingin Sanomat uutisoivat jonkin verran teknisistä uutuuksista,
mutta esimerkiksi kohdennetun mainonnan ja metadatan käytön soisi olevan
enemmän uutisoinnin kohteena. Kuvaamisen sosiaalinen ja kulttuurinen puo-
li sen sijaan korostuu aineistossa. Esteettinen puoli ei ollut tutkimukseni koh-
teena, mutta sitäkin olisi kiinnostava tutkia. Mahdollisesti osa selfien aiheut-
tamista negatiivisista tunteista liittyy älypuhelimella otetun kuvan esteettisiin
ominaisuuksiin. Etukameran laajakulmalinssi eroaa totutusta kinokameran
50:n millimetrin ”normaalilinssistä”, jonka on ajateltu vastaavan näköha-
vaintoa.

Media-aineistosta löytyi hyvin vähän esimerkkejä vastakatseesta ja kriit-
tisen kuvan mahdollisuudesta. 65:ssä prosentissa uutisista selfie esiintyi neut-
raalissa merkityksessä, eikä aineisto myöskään ollut sukupuolittunutta. Selfie
on siis keskimäärin enimmäkseen harmiton ja ihan mukava. ”Voi ottaa pikku
kuvan. Tai monta.”

KRITIIKKIÄ JA TUTKIMUKSEN AVOIMET HÄNNÄT

Alkuperäisessä työsuunnitelmassani nuorten haastattelut olivat pääosassa, mutta toteutusvaiheessa media-aineisto sai enemmän painoarvoa, sillä se oli ensimmäinen valmis aineistokokonaisuus. Ehdin siis tehdä eniten myös ajattelutyötä sen parissa. Tekstiä syntyi runsaasti esseistisen tyylivalinnan ja lainauksien siivittämänä. Nuorten haastattelujen toinen kierros olisi ollut hyvä järjestää aiemmin, sillä en ehtinyt sisäistää aineistoa riittävästi. Tutkimuksen tekoprosessin aikana minulta kuitenkin murtui oikea, parempi käteni, ja tämän seurauksena aikataulutuksesta tuli työn suurin haaste.

Aineistojen suhteen jompikumpi, media-aineisto tai haastattelut olisi hyvin riittänyt työn empiiriseksi osaksi. Erilaiset aineistot ja niille esitetyt monet tutkimuskysymykset tekevät kokonaisuudesta monimutkaisen. Avoin ja aineistolähtöinen työskentely oli kuitenkin kiinnostavaa ja monin paikoin yllättävää ja palkitsevaa. Omasta taustastani kumpuava halu nähdä aineistossa vaihtoehtoisia tapoja käyttää kuvia ja ilmaista niiden merkityksiä monitulkintaisina kulttuurisina objekteina on varmasti vaikuttanut aineistojen käsittelyyn ja tätä kautta myös tuloksiin.

Nuorten haastattelemisen oli todella miellyttävä osa tutkimusprosessia. Jos voisin nyt uudelleen haastatella nuoria käyttäisin enemmän aikaa haastateltavien valintaan ja haastatteluteemojen rajaamiseen. Valitsisin informantit tarkemmin vaikkapa lomakekyselyn avulla. Työn alussa minulla oli kuitenkin hyvin rajalliset tiedot sekä nuorten kuvaustavoista, enkä myöskään ole kokenut haastattelijaa. Strukturoidummilla haastattelukysymyksillä olisin tahattomasti johdatellut nuoria vähemmän, mutta tämä olisi toisaalta vaikuttanut sekä haastatteluiden ilmapiiriin että tuloksiin, sillä nyt pystyin muokkaamaan lähestymistapaani haastattelun edetessä.

Omat tietoni Instagramista ovat saattaneet johtaa sen yliedustukseen haastatteluvastauksissa Snapchatin kustannuksella. On myös mahdollista etten osannut haastattelutilanteessa muotoilla sanojani oikein rituaaliviestinnän suhteen, tai että nuoret ajattelivat minun valokuvan ammattilaisena haluan kuulla ”oikeista” kuvista, eivätkä koe Snapchatin tai WhatsAppin kautta kulkevien kuvien olevan näitä kuvia. Lisäksi olisi ollut kiinnostavaa verrata nuorten ottamia ja sosiaaliseen mediaan jakamia kuvia heidän puheeseensa mobiilikuvauksesta.

Media-aineiston osalta positiiviseksi ja negatiiviseksi arvioimani artikkelit olisivat todennäköisesti näyttäneet eri valossa jonkun toisen tulkitsemana, sillä oma ennakko-oletukseni oli, että uutisointi on negatiivissävytteistä. Olinkin siis iloisesti yllättynyt, että uutisaineistosta noin kaksi kolmasosaa oli määriteltävissä neutraaliksi.

Jätin tästä tutkimuksesta jäi pois kiinnostavan aineiston osa-alueen, selfie-utiskuvien aiheena. Olisin mielelläni tutkinut lisää myös artikkeleissa esiintyvää toimijuutta suhteessa sukupuoleen. Naiset ja miehet olivat prosentuaalisesti liki tasa-arvoisesti edustettuina artikkeleissa, mutta kenties naiset esiintyvät toimijoina useammin kertomuksellisissa artikkeleissa ja miehet taas toimivat muissa rooleissa? Tuntumani mukaan aineistossa miehet ovat usein poliitikkoja, urheilijoita ja julkisuuden henkilöitä. Myös sanamuotojen tarkempi analysointi olisi ollut kiinnostavaa, esimerkiksi minkälaisissa uutisissa selfie-sana esiintyy passiivissa ja onko näillä uutisilla jotain yhteisiä piirteitä.

Jatkotutkimusta olisi kiinnostava tehdä monista media-aineistosta kumpuavista ajatuksista. Erityisen kiinnostavia olivat esille tulleet selfieen liittyvät poseeraamisen maneerit ja niiden aiheuttamat negatiiviset reaktiot. Samoin sosiaalisesti hyväksytyjen kuvaustilanteiden rajojen uudelleen määrittely mobiilikuvauksen aikakaudella olisi hedelmällinen lähtökohta jatkotutkimukselle.

LÄHTEET

- Hand, Martin (2012). *Ubiquitous Photography*. Cambridge: Polity Press.
- Hirsjärvi, Sirkka ja Hurme, Helena (2008). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Noppari, Elina (2014). *Mobiilimuksut. Lasten ja nuorten mediaympäristön muutos, osa 3*. Tampere: Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMET.
- Pälviranta, Harri (2012). *Toden tuntua galleriassa: Väkivaltaa käsittelevän dokumentaarisen valokuvataiteen merkityksellistäminen näyttelykontekstissa*. Helsinki: Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu.
- Rantavuo, Heli (2008). *Connecting photos: A qualitative study of cameraphone photo use*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Ruusuvuori, Johanna; Nikander, Pirjo; Hyvärinen, Martti (toim.) (2010). *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino.
- Ruusuvuori, Johanna ja Tiittula, Liisa (toim.). (2005). *Haastattelu: Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino.
- Sarvas, Risto ja Frolich David M. (2012). *From Snapshot to Social Media*, Springer, London.
- Salo, Merja (2015). *Jokapaikan valokuva: Suomalaisen valokuvauksen digitalisoituminen 1992-2015*. Helsinki: Aalto Arts Books : Musta taide.
- Lintunen, Martti (1984). *Kuvista sanoin: Ajatuksia valokuvasta. 2*. Helsinki: Suomen valokuvataiteen museon säätiö.
- Tuomi, Jouni ja Sarajärvi, Anneli (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Ulkuniemi, Seija (2005) *Valotetut elämät – Perhevalokuvan lajityyppiä pohittavat tilateokset dialogissa katsojien kanssa*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Uski, Suvi (2015). *Profile work for authenticity: Self-presentation in social network services*. Helsinki: University of Helsinki.

Villi, Mikko (2010). Visual mobile communication: Camera phone photo messages as ritual communication and mediated presence. Helsinki: Aalto University.

Wells, Liz (2000). Photography – A Critical Introduction. London: Routledge.

PAINAMATTOMAT LÄHTEET JA VERKKOLÄHTEET

Aslam, Salman; Omnicore Agency (2018) Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts
<https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>, 1.4.2018.

Constine, Josh; TechCrunch (6.2.2018) Snap shares skyrocket on first earnings beat with revived user growth
<https://techcrunch.com/2018/02/06/snap-inc-earnings-q4-2017/>, 1.4.2018.

ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut (2016) Suomessa asuvien 13-29 -vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo - SoMe ja nuoret 2016. <http://www.ebrand.fi/some-januoret2016/>, 1.4.2018.

Erkkola, Jussi-Pekka (2008). Sosiaalisen median käsitteestä. Taideteollinen korkeakoulu: Helsinki.

Facebook Newsroom (2018). Company Info.
<https://newsroom.fb.com/company-info/>, 1.4.2018.

Frosh, Paul (2015). The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability. International Journal of Communication 9, Feature 1607–1628.

Faktabaari (2018). Baaripuhetta: Kertomuksellinen tarina on vastustuskykyinen faktantarkistukselle.
<https://faktabaari.fi/baaripuhetta/tarina-vastustuskykyinen-faktantarkistukselle/>, 17.3.2018.

Hu, Yuheng; Kambhampati Subbarao; Manikonda, Lydia (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. Palo Alto: The AAAI Press.

Instagram Business Team (22.3.2017). Welcoming 1 Million Advertisers. <https://business.instagram.com/blog/welcoming-1-million-advertisers/>, 1.4.2018.

Kansallinen mediatukimus (2017). KMT 2017 lukijamäärät ja kokonaistavoittavuus. <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2018/03/KMT-2017lukijamaarat.pdf>, 2.4.2018.

Kuusila, Noora (2015). Nuorten aikuisten käyttäytyminen ja suhtautuminen markkinointiin Snapchat- pikaviestipalvelussa. Helsinki: Laurea ammattikorkeakoulu.

Kuutti, Heikki (toim.) (2015). Totuudenmukainen journalismi. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Manovich, Lev (2017). Instagram and Contemporary Image. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>, 9.4.2018.

Ojala, Ulla. (2011). Opas lasten haastattelijoille ja kuvaajille. https://www.lskl.fi/materiaali/lastensuojelun-keskusliitto/Opas_lasten_haastattelijoille_ja_kuvaajille.pdf
Helsinki: Lastensuojelun keskusliitto, 8.3.2018.

Riekkinen Juhani (2016). Ajankohtaista todistusoikeutta. <https://www.ulapland.fi/loader.aspx?id=de-81aa55-dbef-4f41-8bd3-3f4686ee500a>, 4.4.2018.

Smith, Kit ; Brandwath (2017). Marketing: 47 Incredible Facebook Statistics. <https://www.brandwatch.com/blog/47-facebook-statistics/>, 1.4.2018.

Julkisen sanan neuvosto (2011). Journalistin ohjeet ja liite. https://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/, 2.4.2018.

Taloustutkimus (2017). Ylen arvo suomalaisille 2017.

<https://drive.google.com/file/d/0B99iwmeg19YFd19RMzRlTlp0ZVN0N-FZkV0psal9CNXY5aXhF/view> 5.4.2018.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2009). Humanistisen, yhteiskuntatieteellisen ja käyttäytymistieteellisen tutkimuksen eettiset periaatteet ja ehdotus eettisen ennakoarvioinnin järjestämiseksi. <http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/eettisetperiaatteet.pdf> Helsinki: Tutkimuseettinen neuvottelukunta, 8.3.2018.

Visit Finland (2018). Matkailun taloudelliset vaikutukset. <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/matkailun-taloudelliset-vaikutukset/>, 15.3.2018.

Wikipedia (2018). List of selfie-related injuries and deaths. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_selfie-related_injuries_and_deaths, 16.3.2018.

World Health Organization (2018). Violence and Injury prevention; Global status report on road safety 2015. http://www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2015/GSRRS2015_data/en/, 16.3.2018.

The World Bank (2018). Population, total. <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=IN>, 16.3.2018.

SEKÄ

Helsingin Sanomien ja Ylen uutisarkistot verkossa

Nuorten haastatteluaineisto

Sarvas, Risto (2014). Digiajan näppäilyssä kuva on toissijainen, metadata ykkönen. Yleisöluento, Valokuvataiteen museo, Helsinki, 17.9.2014.

